

VÜQAR NƏZƏROV, SƏNAN ƏLİYEV, NAILƏ KƏLƏNTƏRLİ

İQTİSADİYYAT



DƏRSLİK

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI ELM VƏ TƏHSİL NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI GƏNCLƏR VƏ
İDMAN NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT BƏDƏN TƏRBİYƏSİ VƏ
İDMAN AKADEMİYASI

VÜQAR NƏZƏROV
SƏNAN ƏLİYEV
NAILƏ KƏLƏNTƏRLİ

İQTİSADİYYAT

Dərslük

*Azərbaycan Respublikası Elm və
Təhsil Nazirliyinin 18.07.2023 il tarixli
(№ 3-29/3-2-458F/2023) əmri ilə təsdiq
edilmişdir.*

BAKİ – 2024

Elmi redaktor: *i.ü.f.d., dos. Səkinə Abdurəhim qızı Hacıyeva*
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti-
nin İqtisadiyyat kafedrasının müdiri

Redaktor: *f.ü.f.d., dos. Şəhla Tahir qızı Quliyeva*
AMEA-nın Mərkəzi Elmi Kitabxanasının icraçı
direktoru

Rəyçilər: *i.ü.f.d. Vəli Vəliyullah oğlu İsrailov*
Azərbaycan Dövlət Bədən Tərbiyəsi və İdman
Akademiyasının İdman menecmenti və kommu-
nikasiya kafedrasının dosenti

i.ü.f.d., Camal Cəlil oğlu Hacıyev
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti-
nin İqtisadiyyat kafedrasının dosenti

Nəzərov V.M., Əliyev S.İ., Kələntərli N.M. **İqtisadiyyat (Dərslük)**.
- Bakı: “Müəllim” nəşriyatı, – 2024. – 488 s.

Kitabda iqtisad elminin əhəmiyyəti, predmet və metodologiyası, genezisi və inkişafının əsas mərhələləri, ölkə iqtisadiyyatının sahələri və onların qarşılıqlı əlaqələri, mezo, mikro iqtisadiyyat haqqında geniş təhlillər verilmişdir.

Kitab iqtisadiyyat sahəsində çalışan mütəxəssislər, bu istiqamətdə təhsil alan tələbələr və geniş oxucu kütləsi üçün nəzərdə tutulmuşdur.

ISBN 978-9952-8504-1-3

© Nəzərov V.M., Əliyev S.İ., Kələntərli N.M., 2024

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ	9
I FƏSİL. MÜASİR ŞƏRAİTDƏ İQTİSAD ELMİNİN ƏHƏMİYYƏTİ VƏ İNKİŞAFI	
1.1. İqtisadi nəzəriyyənin cəmiyyətin həyatında rolu və ümumi səciyyəsi.....	15
1.2. İqtisadi fikrin əsaslarına dair iqtisadçı alimlərin baxışları.....	18
1.3. İqtisadi nəzəriyyənin digər iqtisad elmləriylə əlaqəsi.....	23
II FƏSİL. İQTİSADI NƏZƏRİYYƏNİN GENEZİSİ VƏ İNKİŞAFINININ ƏSAS MƏRHƏLƏLƏRİ	
2.1. İqtisadi fikrin kökləri. Qədim dünya mütəfəkkirlərinin təlimləri.....	27
2.2. Dünya sivilizasiyasının ilk mühüm iqtisadi məktəbləri.....	34
2.3. İqtisadi fikrin müasir istiqamətləri.....	46
2.4. Azərbaycanda iqtisadi fikir tarixi və onun formalaşması.....	72
III FƏSİL. İQTİSADI NƏZƏRİYYƏNİN PREDMET VƏ METODOLOGİYASI	
3.1. Müxtəlif iqtisadi məktəblər iqtisadi nəzəriyyənin predmeti haqqında.....	96
3.2. İqtisadi nəzəriyyənin tədqiqat metodları.....	98
3.3. İqtisadi kateqoriya və qanunlar. Əsas iqtisadi anlayışlar.....	108
IV FƏSİL. İNSANIN İQTİSAD DÜNYASI İLƏ BAĞLI FƏALİYYƏTİ	
4.1. İqtisadi nəzəriyyədə insan modelləri.....	114
4.2. İnsanın həyat fəaliyyəti haqqında təlimlər.....	118
4.3. İqtisadi sistemlər: əsas anlayışları, məzmunu və təsnifatı.....	122

V FƏSİL. İQTİSAD ELMINİN BÖLMƏLƏRİ VƏ SƏVİYYƏLƏRİ

5.1. İqtisadi nəzəriyyədə iqtisadiyyatın tədqiqi səviyyələri.....	129
5.2. Mikroiqtisadiyyat və mezoiqtisadiyyatın nəzəri problemləri.....	131
5.3. Makroiqtisadiyyat, meqaiqtisadiyyat və transformasiyalar iqtisadiyyatı.....	140

VI FƏSİL. MİKROİQTİSADİYYATIN ƏSASLARI. FİRMA VƏ ONUN FƏALİYYƏTİ

6.1. Mikroiqtisadiyyat: məzmunu, strukturu, təşkilinin formaları. Cəmiyyətin həyatında mikroiqtisadiyyatın rolu.....	162
6.2. Biznes və sahibkarlıq fəaliyyəti: mikrosəviyyədə istehsal, bölgü, mübadilə və istehlak.....	170
6.3. Firma: məzmunu və təşkilinin formaları.....	173
6.4. Firmanın istehsal xərcləri: istehsal fondları. Amortizasiya – mahiyyəti və məzmunu.....	182
6.5. Firmanın gəlirləri və mənfəəti. Mənfəətin bölgüsü prosesi.....	198

VII FƏSİL. BAZAR, BAZAR İQTİSADİYYATI VƏ BAZAR İNFRASTRUKTURU

7.1. Bazar: anlayışı və yaranma şərtləri. Bazarın funksiyaları.....	206
7.2. Bazarın obyektləri və subyektləri. İşgüzar fəallığın dövrüyyə axını modeli.....	211
7.3. Bazarın təsnifatı. Bazarın tipləri və növləri.....	212
7.4. Bazar iqtisadiyyatı – mahiyyəti və məzmunu.....	215
7.5. Bazar infrastrukturunu – mahiyyəti və əhəmiyyəti.....	216
7.6. Birja – yaranma tarixi, mahiyyəti və funksiyaları.....	218

VIII FƏSİL. MÜLKİYYƏT MÜNASİBƏTLƏRİ

8.1. Mülkiyyətin mahiyyəti və məzmunu.....	223
8.2. Mülkiyyətin obyekt və subyektləri.....	226

8.3. Mülkiyyət hüququ-anlayışı və məzmunu. Mülkiyyət iqtisadi və hüquqi kateqoriya kimi.....	227
8.4. Mülkiyyətin forma və növləri.....	228
8.5. Mülkiyyət münasibətlərinin inkişafının müasir tendensiyaları.....	234

IX FƏSİL. BAZAR İQTİSADIYYATININ ƏSAS SUBYEKTLƏRİ

9.1. Bazar iqtisadiyyatının subyektləri – mahiyyəti və funksiyaları.....	235
9.2. Dövlət bazar iqtisadiyyatının subyekti kimi.....	236
9.3. Ev təsərrüfatları bazar iqtisadiyyatının subyekti kimi	238
9.4. Sahibkarlar bazar iqtisadiyyatının subyekti kimi.....	243

X FƏSİL. MÜASİR TƏSƏRRÜFAT FƏALİYYƏTİNİ SƏCİYYƏLƏNDİRƏN ƏSAS ANLAYIŞLAR

10.1. Biznes, sahibkarlıq, kommersiya – mahiyyəti və məzmunu, oxşar və fərqli cəhətləri.....	247
10.2. Marketing – məzmunu və mahiyyəti, müasir təsərrüfatda rolu.....	254
10.3. Menecment – məzmunu, mahiyyəti və əhəmiyyəti....	268
10.4. Azərbaycan Respublikasında sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusiyyətləri.....	275

XI FƏSİL. BAZARIN SİSTEM YARADAN ELEMENTLƏRİ: ƏMTƏƏ, DƏYƏR VƏ PUL

11.1. İctimai təsərrüfatın formaları və onların təkamülü....	281
11.2. Əmtəə və onun xassələri.....	282
11.3. Əmtəə dəyərinin məbləği, ona təsir edən amillər.....	286
11.4. Dəyər qanunu.....	286
11.5. Pul – məzmunu, əhəmiyyəti və funksiyaları. Pul sistemi.....	287

XII FƏSİL. TƏLƏB, TƏKLİF, QIYMƏT, BAZAR TARAZLIĞI VƏ ELASTİKLİK – MAHIYYƏTİ VƏ MƏZMUNU	297
12.1. Tələb anlayışı və tələbin miqdarı. Tələb qanunu. Tələb xətti.....	297
12.2. Təklif anlayışı və təklifin miqdarı. Təklif qanunu. Təklif xətti.....	300
12.3. Bazar tarazlığı. Məhsulun tarazlaşdırılmış qiyməti və tarazlaşdırılmış həcmi. Tarazlıqda dəyişiklik.....	303
12.4. Tələbin qiymət elastikliyi. Tələbin elastiklik əmsalı. Tələbin qiymət elastikliyinə növləri.....	305
12.5. Tələbin elastikliyi, qiymət dəyişikliyi və satıcının ümumi gəlirləri arasında əlaqə.....	307
12.6. Tələbin çarpaz elastikliyi. Gəlirə görə tələbin elastikliyi.....	307
12.7. Təklifin qiymət elastikliyi. Təklifin qiymət elastikliyi əmsalı. Təklifin qiymət elastikliyinə növləri.....	309

XIII FƏSİL. BAZAR İQTİSADİYYATI SİSTEMİNDƏ İSTEHLAKÇI VƏ İSTEHSALÇI DAVRANIŞI. FAYDALILIQ NƏZƏRİYYƏSİ	
13.1. İstehlakçı davranışı: funksional və qeyri-funksional tələb.....	310
13.2. Faydalılıq və faydalılığın qiymətləndirməsinə kardinalist və ordinalist yanaşmaları.....	311
13.3. Ümumi və son hədd faydalılığı.....	312
13.4. Azalan son hədd faydalılığı qanunu.....	313
13.5. İstehlakçı tarazlığı.....	314
13.5.1. İstehlakçı optimumu.....	315
13.5.2. Bütçə məhdudlaşdırılması.....	317
13.5.3. İstehlakçı seçimi.....	318
13.6. Gəlir effekti və əvəzetmə effekti.....	319
13.6.1. Slutskiyə görə, gəlir və əvəzetmə effektləri.....	320

13.6.2. Xiksə görə, keyfiyyətli nemətlər üçün gəlir və əvəzətmə effektləri.....	321
13.6.3. Xiksə görə, keyfiyyətsiz nemətlər üçün gəlir və əvəzətmə effektləri.....	323
13.6.4. Tələbin kompensasiya əyrisi.....	324
13.7. Ev təsərrüfatlarının davranış nəzəriyyəsi. Vaxtlarası seçim.....	324
13.7.1. Birdövrəli, ikidövrəli və çoxdövrəli büdcə məhdudiyətləri.....	325
13.7.2. Ev təsərrüfatları üçün likvidliyin məhdudlaşdırılması.....	326
13.8. Firmanın davranış nəzəriyyəsi və konsepsiyası.....	327
13.8.1. Firmalar və onların təsnifatı.....	327
13.8.2. İstehsalın diversifikasiya, konsentrasiya və mərkəzləşdirilməsi.....	331
13.8.3. İstehsal funksiyasının iqtisadi məzmunu.....	338
13.9. Firmanın xərcləri və fəaliyyətinin nəticələri.....	340
13.10. Təkmil rəqabət şəraitində firmanın davranışı.....	346
13.10.1. Təkmil rəqabət bazarı və onun əlamətləri.....	346
13.10.2. Təkmil rəqabətli firmanın məhsullarına tələb.....	348
13.10.3. Qısamüddətli dövrdə təkmil rəqabətli firmanın tarazlığı.....	350
13.10.4. Qısamüddətli dövrdə firmanın təklifinin formalaşdırılması.....	353
13.10.5. Uzunmüddətli dövrdə təkmil rəqabətli firmanın tarazlığı.....	356
13.11. Qeyri-təkmil rəqabət şəraitində firmanın davranışı	359

**XIV FƏSİL. BAZAR RƏQABƏTİ VƏ İNHİSAR –
MAHİYYƏTİ VƏ MƏZMUNU.
ANTIİNHİSAR SİYASƏTİ VƏ
ANTIİNHİSAR TƏNZİMLƏNMƏSİ**

14.1. Rəqabət: mahiyyəti, növləri və nəticələri.....	384
14.2. Bazar inhisarının mahiyyəti və növləri.....	388

14.3. XX və XXI əsrlərin astanasında rəqabət və inhisarın inkişafında tendensiyalar. Oleqapoliya – mahiyyəti və məzmunu.....	394
14.4. Antiinhisar siyasətinin anlayışı və mahiyyəti.....	396
14.5. Antiinhisar tənzimlənməsinin əsas üsulları və alətləri.....	399

XV FƏSİL. İSTEHSAL AMİLLƏRİ BAZARI. ƏMƏK, KAPİTAL VƏ TORPAQ BAZARININ FƏALİYYƏTİ

15.1. İstehsal amilləri bazarı – mahiyyəti və əhəmiyyəti...	404
15.2. Əmək bazarı və əmək münasibətləri. Əmək haqqının iqtisadi təbiəti.....	409
15.3. Kapital bazarı və onun strukturu.....	423
15.4. Torpaq bazarı, torpaq rentası, torpağın qiyməti – mahiyyəti və məzmunu.....	432

XVI FƏSİL. ÖLKƏ İQTİSADİYYATININ SAHƏLƏRİ VƏ ONLAR ARASINDA QARŞILIQLI ƏLAQƏ MEXANİZMİ (MEZOİQTİSADİYYAT)

16.1. Aqrar-sənaye kompleksi və onun tərkibi.....	437
16.2. Aqrobiznes və aqrosənaye kompleksinin elementlərinin təşkili.....	439
16.3. Yanacaq energetika kompleksinin mahiyyəti və quruluşu.....	441
16.4. Elm və təhsil ölkə iqtisadiyyatının müstəqil sahələri kimi. Bilik iqtisadiyyatı.....	447
16.5. Azərbaycan mezo iqtisadiyyatı sahələrinin müasir konyukturası.....	462

ƏDƏBİYYAT	484
------------------------	-----

GİRİŞ

Cəmiyyətin həyatında iqtisadi sfera vacib yerlərdən birini tutur, yəni insanın yaratdığı nemətlərin istehsalı, bölüşdürülməsi, mübadiləsi və istehlakı ilə bağlı olan istənilən məsələ bu sferaya aid edilir.

İqtisadiyyat dedikdə, ictimai istehsal sistemi, insanların normal yaşaması və inkişafı üçün lazım olan maddi nemətlərin yaradılması xüsusiyyətləri, həmçinin iqtisadi prosesləri öyrənən elm başa düşülür.

İqtisadiyyat cəmiyyətin həyatında böyük rol oynayır. O, insanları maddi şəraitlə – qida məhsulları, geyim, mənzil və digər istehlak obyektləri ilə təmin edir. İqtisadi sfera – cəmiyyətin həyatının əsas sahəsidir və buradakı bütün proseslərin gedişini müəyyənləşdirir.

"İqtisadi nəzəriyyə" bütün iqtisad elmləri üçün ümumnəzəri və metodoloji baza kimi xidmət edir, çünki məhz "İqtisadi nəzəriyyə" əsas anlayışları, tərifləri, terminləri, həmçinin iqtisadiyyatın elmi tədqiqatlarının ümumi istiqamətlərini və metodlarını işləyib hazırlayır.

Bazar iqtisadiyyatı və dünyanın qloballaşan şəraitində iqtisad yönümlü, təhsil müəssisələrində "Mikroiqtisadiyyat" və "Makroiqtisadiyyat" fənlərinin tədrisinə başlamazdan əvvəl "İqtisadiyyata giriş" fənni tədris olunur.

"İqtisadiyyat" kursunda tələbələr müasir iqtisadçıların qarşısında duran məsələlər və iqtisadçıların bu suallara cavab verməyə necə çalışdığını öyrənəcəklər. Kursun əsas vəzifəsi iqtisadi nəzəriyyənin sisteməlik şəkildə şərhində deyil, elmi mətnlərin, xəbərlərin və publisistik məqalələrin mütaliə edilməsi və tənqidi dərk edilməsi sənətini dinləyicilərə öyrətməkdən, müxtəlif fikirləri ifadə və müdafiə etmək bacarığından ibarətdir. Eyni zamanda, iqtisad elminin əsas konsepsiyaları: qiymətlərin informasiya rolu, tarazlıq prinsipi, sahə təşkilatı, bazarın iflası, iqtisadi artım və makroiqtisadi siyasət işıqlandırılacaqdır. Kursda müzakirə olunacaq məsələlərin əksəriyyəti ilə tələbələr növbəti tədris illərində bir neçə dəfə qarşılaşacaqlar.

İqtisadi məsələlərin araşdırılması ölkəmiz üçün olduqca

vacib məsələlərdəndir. İqtisadiyyatın öyrənilməsi bütövlükdə cəmiyyət qarşısında duran aşağıdakı mühüm suallara da cavab verir:

- Xalq üçün yerli məhsul istehsalını uğurla necə inkişaf etdirmək olar?

- İnsanları havanın, suyun, torpağın çirklənməsindən qorumaq üçün nə etmək lazımdır?

- Ölkəmizdə əhalinin artımı problemi kəskindirmi və s.

Dərslərdə kursun məqsəd və vəzifələri, iqtisad elminin ilkin anlayışları, predmet və metodologiyası, kateqoriya və qanunları, insanın iqtisad dünyası ilə bağlı fəaliyyəti, iqtisad elminin bölmələri və səviyyələri, mikroiqtisadiyyatın mühüm məsələləri və sair bir sıra mövzularla bəhs olunmuşdur.

İqtisadiyyat üzrə oxucuların diqqətinə təqdim olunan dərsləlik on altı fəsil əhatə etmişdir.

"Müasir şəraitdə iqtisad elminin əhəmiyyəti və inkişafı" adlanan birinci fəsildə iqtisadiyyatın cəmiyyət həyatında rolu və əhəmiyyətinin ümumi səciyyəsi, iqtisadi fikrin əsaslarına dair iqtisadçı alimlərin baxışlarının təkamülü, iqtisadi nəzəriyyənin digər iqtisad elmləriylə qarşılıqlı əlaqəsi kimi məsələlərin araşdırılması şərh olunmuşdur.

"İqtisadi nəzəriyyənin genezisi və inkişafının əsas mərhələləri" adlanan ikinci fəsildə iqtisadi fikrin kökləri və qədim dünya mütəfəkkirlərinin təlimləri, bəşər sivilizasiyasının ilk iqtisadi məktəbləri, müasir iqtisadi nəzəriyyələr, Azərbaycan iqtisadi fikir tarixi və onun dünya iqtisad elminə töhfələri kimi məsələlərə diqqət yetirilmişdir.

"İqtisadi nəzəriyyənin predmet və metodologiyası" adlanan üçüncü fəsil müxtəlif iqtisadi məktəblərin iqtisadi nəzəriyyənin predmeti haqqında fikirlərini, iqtisadi nəzəriyyənin tədqiqat metodları və onların spesifik cəhətlərini, iqtisadi kateqoriya və qanunları, eləcə də ilkin iqtisadi nəzəriyyənin geniş şərhini verir.

"İnsanın iqtisad dünyası ilə bağlı fəaliyyəti" adlanan dördüncü fəsildə iqtisadi nəzəriyyədə insan modelləri, insanın həyat fəaliyyəti haqqında təlimlər, cəmiyyətin iqtisadi sistemləri və onların təsnifatı xüsusiyyətləri araşdırılmışdır.

"İqtisad elminin bölmələri və səviyyələri" adlanan beşinci fəsildə iqtisadi nəzəriyyədə iqtisadiyyatın tədqiqi səviyyələri, mikroiqtisadiyyatın və mezoiqtisadiyyatın nəzəri problemləri və spesifik cəhətləri, habelə transformasiyalar iqtisadiyyatı kimi məsələlərin geniş şərh verilmişdir.

"Mikroiqtisadiyyatın əsasları. Firma və onun fəaliyyəti" adlanan altıncı fəsildə aşağıdakı məsələlərə yer ayrılmışdır:

- mikroiqtisadiyyat: məzmunu, strukturu, təşkilinin formaları. Cəmiyyətin həyatında mikroiqtisadiyyatın rolu;
- biznes və sahibkarlıq fəaliyyəti: mikrosəviyyədə istehsal, bölgü, mübadilə və istehlak;
- firma: məzmunu və təşkilinin formaları;
- firmanın istehsal xərcləri: istehsal fondları. Amortizasiya – mahiyyəti və məzmunu;
- firmanın gəlirləri və mənfəəti. Mənfəətin bölgüsü prosesi.

"Bazar, bazar iqtisadiyyatı və bazar infrastrukturunu" adlanan yeddinci fəsildə bazarın mahiyyəti, yaranma şərtləri, strukturu və funksiyaları, bazar iqtisadiyyatının mahiyyəti və məzmunu, bazar infrastrukturunun mahiyyəti və əhəmiyyəti, o cümlədən birjannın yaranma tarixi, mahiyyəti və funksiyaları hərtərəfli izah edilmişdir.

"Mülkiyyət münasibətləri" adlanan səkkizinci fəsildə mülkiyyətin mahiyyəti və məzmunu, obyekt və subyektləri, forma və növləri, mülkiyyət hüququnun anlayışı və məzmunu, mülkiyyətin iqtisadi və hüquqi kateqoriya kimi açıqlanmasına xüsusi yer verilmişdir. Bu fəsildə mülkiyyət münasibətlərinin inkişafının müasir tendensiyaları haqqında geniş təhlil aparılmışdır.

"Bazar iqtisadiyyatının əsas subyektləri" adlanan doqquzuncu fəsildə bazar iqtisadiyyatı subyektlərinin mahiyyəti və funksiyaları, dövlətin, ev təsərrüfatlarının və sahibkarların bazar iqtisadiyyatının əsas subyektləri kimi rolunun geniş təhlili verilmişdir.

"Müasir təsərrüfat fəaliyyətini səciyyələndirən əsas anlayışlar" adlanan onuncu fəsildə aşağıdakı məsələlərə xüsusi diqqət yetirilmişdir:

- biznes, sahibkarlıq, kommersiya – mahiyyəti və məzmunu, oxşar və fərqli cəhətləri;

- marketing - məzmunu və mahiyyəti, müasir təsərrüfatda rolu;

- menecment - məzmunu, mahiyyəti və əhəmiyyəti;

- Azərbaycan Respublikasında sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusiyyətləri.

"Bazarın sistem yaradan elementləri: əmtəə, dəyər və pul" adlanan on birinci fəsildə aşağıdakı məsələlərə xüsusi diqqət yetirilmişdir:

- ictimai təsərrüfatın formaları və onların təkamülü; əmtəə və onun xassələri;

- əmtəə dəyərinin məbləği, ona təsir edən amillər;

- dəyər qanunu-mahiyyəti, məzmunu və əhəmiyyəti;

- pulun məzmunu, əhəmiyyəti və funksiyaları;

- pul sistemi, onun əsas elementləri;

- metal və kağız-kredit pul sistemləri – mahiyyəti, məzmunu, əhəmiyyəti və inkişaf mərhələləri.

"Tələb, təklif, qiymət, bazar tarazlığı və elastiklik – mahiyyəti və məzmunu" adlanan on ikinci fəsildə aşağıdakı məsələlərə xüsusi önəm verilmişdir:

- tələb anlayışı və tələbin miqdarı. Tələb qanunu. Tələb xətti;

- təklif anlayışı və təklifin miqdarı. Təklif qanunu. Təklif xətti;

- bazar tarazlığı. Məhsulun tarazlaşdırılmış qiyməti və tarazlaşdırılmış həcmi. Tarazlıqda dəyişiklik;

- tələbin qiymət elastikliyi. Tələbin elastiklik əmsalı. Tələbin qiymət elastikliyinə növləri;

- tələbin elastikliyi, qiymət dəyişikliyi və satıcının ümumi gəlirləri arasında əlaqə;

- tələbin çarpaz elastikliyi. Gəlirə görə tələbin elastikliyi;

- təklifin qiymət elastikliyi. Təklifin qiymət elastikliyi əmsalı. Təklifin qiymət elastikliyinə növləri.

"Bazar iqtisadiyyatı sistemində istehlakçı və istehsalçı davranışı. Faydalılıq nəzəriyyəsi" adlanan on üçüncü fəsildə aşağı-

dakı məsələlər geniş təhlil edilmişdir:

- istehlakçı davranışı: funksional və qeyri-funksional tələb;
- faydalılıq və faydalılığın qiymətləndirilməsinə kardinalist və ordinalist yanaşmaları;
- ümumi və son hədd faydalılığı;
- azalan son hədd faydalılığı qanunu;
- istehlakçı tarazlığı (istehlakçı optimumu, büdcə məhdudlaşdırılması, istehlakçı seçimi);
- gəlir effekti və əvəzətmə effekti (Slutskiyə görə, gəlir və əvəzətmə effektləri; Xiksə görə, keyfiyyətli nemətlər üçün gəlir və əvəzətmə effektləri; Xiksə görə, keyfiyyətsiz nemətlər üçün gəlir və əvəzətmə effektləri; tələbin kompensasiya əyrisi);
- ev təsərrüfatlarının davranış nəzəriyyəsi. Vaxtlarası seçim (birdövrəli, ikidövrəli və çoxdövrəli büdcə məhdudiyyətləri; ev təsərrüfatları üçün likvidliyin məhdudlaşdırılması);
- firmanın davranış nəzəriyyəsi və konsepsiyası (firmalar və onların təsnifatı; istehsalın diversifikasiya, konsentrasiya və mərkəzləşdirilməsi; istehsal funksiyasının iqtisadi məzmunu);
- firmanın xərcləri və fəaliyyətinin nəticələri;
- təkmil rəqabət şəraitində firmanın davranışı (təkmil rəqabət bazarı və onun əlamətləri; təkmil rəqabətli firmanın məhsullarına tələb; qısamüddətli dövrdə təkmil rəqabətli firmanın tarazlığı; qısamüddətli dövrdə firmanın təklifinin formalaşdırılması; uzunmüddətli dövrdə təkmil rəqabətli firmanın tarazlığı);
- qeyri-təkmil rəqabət şəraitində firmanın davranışı.

"Bazar rəqabəti və inhisar – mahiyyəti və məzmunu. Anti-inhisar siyasəti və antiinhisar tənzimlənməsi" adlanan on dördüncü fəsildə aşağıdakı məsələlər araşdırılmışdır:

- rəqabət: mahiyyəti, növləri və nəticələri;
- bazar inhisarının mahiyyəti və növləri;
- XX və XXI əsrlərin astanasında rəqabət və inhisarın inkişafında tendensiyalar. Oliqopolitiya – mahiyyəti və məzmunu;
- antiinhisar siyasətinin anlayışı və mahiyyəti;
- antiinhisar tənzimlənməsinin əsas üsulları və alətləri.

"İstehsal amilləri bazarı. Əmək, kapital və torpaq bazarı-

nin fəaliyyəti" adlanan on beşinci fəsildə aşağıdakı məsələlərə xüsusi diqqət verilmişdir:

- istehsal amilləri bazarı – mahiyyəti və əhəmiyyəti;
- əmək bazarı və əmək münasibətləri. Əmək haqqının iqtisadi təbiəti;
- kapital bazarı və onun strukturu;
- torpaq bazarı, torpaq rentası, torpağın qiyməti – mahiyyəti və məzmunu.

"Ölkə iqtisadiyyatının sahələri və onlar arasında qarşılıqlı əlaqə mexanizmi (mezoiktisadiyyat)" adlanan on altıncı fəsildə mezoiktisadiyyatın yarım sistemləri kimi aqrar-sənaye kompleksi, onun tərkibi və quruluşu, aqrobiznes fəaliyyətinin təşkil formaları, aqrar sənaye kompleksinin bazar mexanizmi, yanacaq-energetika kompleksinin mahiyyəti və quruluşu, onun tərkib hissələri, elm və təhsil sahələrinin ölkə iqtisadiyyatının müstəqil sahələri kimi xüsusiyyətləri, biliklər iqtisadiyyatının müasir dövrdə həlledici rolu, Azərbaycan mezoiktisadiyyatı sahələrinin müasir konyukturası geniş şərh olunmuşdur.

Dərsləyin spesifik cəhəti ondadır ki, burada sırf iqtisadiyyata girişin nəzəriyyəsi və praktikasına aid olan məsələlər, bundan əlavə mikroiktisadiyyat məsələləri geniş tədqiq olunur, eləcə də mezoiktisadiyyat və onun yarım sistemlərinin problemlərinin araşdırılmasına cəhd olunur. Aqrar sənaye kompleksi və onun tərkibi, aqrobiznes fəaliyyəti, yanacaq-energetika kompleksinin mahiyyəti, elm və təhsil sahələrinin ölkə iqtisadiyyatının müstəqil sahələri kimi roluna xüsusi diqqət yetirilir ki, bunlar da müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində respublikamızda araşdırılması vacib məsələlərdəndir.

Dərsləyin ikinci qrup üzrə ali və orta **ixtisas təhsili alan** məktəblərin tələbələri, magistrlər, həmçinin iqtisadiyyat üzrə məsələləri sərbəst şəkildə araşdırın hər kəs üçün faydalı ola bilər.

I FƏSİL

MÜASİR ŞƏRAİTDƏ İQTİSAD ELMİNİN ƏHƏMİYYƏTİ VƏ İNKİŞAFI

1.1. İqtisadi nəzəriyyənin cəmiyyətin həyatında rolu və ümumi səciyyəsi

İqtisadi nəzəriyyə ən qədim elmlərdən biridir. O, həmişə alimlərin və təhsil almış insanların diqqətini cəlb etmişdir. Bu, onunla izah olunur ki, iqtisadi nəzəriyyənin öyrənilməsi – motivlərin obyektiv dərk edilməsinin, insanların öz fəaliyyətlərində hərəkətlərinin, bütün dövrlərdə təsərrüfatçılıq qanunlarının – Aristotel-dən, Ksenofontdan bu günə qədər həyata keçirilməsinin zəruriliyidir [14, səh. 10-19]. Onu da xatırlamaq maraqlıdır ki, XIX əsrdə Çar I Nikolay A.S.Puşkinə gənclərin tərbiyəsi prinsiplərini düşünməyi tapşırılmışdı, o isə ilk növbədə, ev təhsilinə qarşı çıxmış, öyrənilməsi vacib olan elmlər içərisində iqtisadi nəzəriyyəni xüsusi qeyd etmişdi. XIX əsrin sonunda N.Bunge "Siyasi iqtisadın əsasları" kitabında qeyd edirdi ki, "siyasi iqtisad ümumbəşəri inkişafın aşağı pilləsində duran xalqlarda mövcud deyil. Bu gün təhsilli insanların iqtisadi nəzəriyyəyə (siyasi iqtisada) marağı getdikcə artır. Bu, bütün dünyada, xüsusilə də Rusiyada baş verən qlobal dəyişikliklərlə izah olunur". Görkəmli amerikalı alim P.Samuelson iqtisadi nəzəriyyəni elmlərin kraliçası adlandırmışdır. Nobel mükafatı laureatı M.Fridmen yazırdı ki, "iqtisadiyyat füsunkar elmdir, onun fundamental prinsiplərinin çox sadə olması təəccüblüdür, onları bir kağız vərəqi üzərində yazmaq olar, buna baxmayaraq, bu elmi az adam başa düşür". Təsərrüfat dünyasının müxtəlifliyini əks etdirən iqtisadiyyat elminin mürəkkəbliyi iqtisadi fikir tarixi üzrə tanınmış mütəxəssis A.Heilbronnerin sözlərinə görə, "dövə dözümlülüüyü və müqəddəslərin səbri"ni tələb edir. Müasir şəraitdə ali təhsil müəssisələrinin məzunları iqtisadi məsələlərin geniş dairəsinə başa düşməli, ictimai inkişafın konservativ və müsbət meyillərini qiymətləndirməyi bacarmalıdırlar ki, bu da öz növbəsində yeniliklərdə öz mövqeyini sərbəst müəyyənləşdirsin, praktiki fəa-

liyyətə hazır olsun və müəyyən dünyagörüşünün formalaşmasına şərait yaratsın. Bu məsələni bir sıra tədris fənləri, o cümlədən iqtisadi nəzəriyyə həll etməlidir. P.Samuelson bütün dünyada məşhur olan "Ekonomiks" dərsliyində yazırdı ki, "sistematik olaraq iqtisadi nəzəriyyəni öyrənməyən insan musiqi əsərini qiymətləndirməyə çalışan karlara bənzəyir". C.M.Keynsin sözlərinə görə, iqtisadi nəzəriyyənin əhəmiyyəti ondan ibarət deyil ki, o, bilavasitə təsərrüfat praktikasında və siyasətdə tətbiq edilən hazır tövsiyələrin toplusu ilə üzə çıxsın, bir üsul, intellektual alət, düşüncə texnikası kimi xidmət etsin, ondan istifadə edənlərin, düzgün nəticələrə gəlməsində yardımçı olsun. Bu halda, həddindən artıq nəzəriyyələşmə də arzuolunmazdır, çünki belə məsələ faydasız olur". İngilis iqtisadçısı İ.Litte obrazlı olaraq belə alimləri "qeyri-iqtisadçılar" adlandırır və haqlı olaraq, "qeyri-iqtisadçılar"ın adətən çox akademik olduğunu, onların real dünyadan həddindən artıq səylə abstraksiya edildiyini iddia edib.

Cəmiyyət həyatının bütün istiqamətlərinin dərin böhranı keçmiş Sovetlər Birliyi ölkələrinin iqtisad elminin müasir vəziyyətinə də təsirsiz qala bilməzdi. İqtisad elminin böhranı ümumi böhranın xüsusi təzahürü kimi təbiidir, çünki iqtisadi nəzəriyyə cəmiyyətin iqtisadi həyatının əks olunmasıdır. Əgər iqtisadi fikrin inkişaf tarixini yada salsaq, görərik ki, məhz iqtisadi böhranlar keçmişdə iqtisadi nəzəriyyənin inkişafına güclü təkan vermişdir. Beləliklə, A.Marşalın iqtisadiyyat nəzəriyyəsi 1872-ci il böhranı və ondan sonrakı 20 illik depressiyadan, keynsçilik 1929-1933-cü illər böhranından və sonrakı depressiyadan, monetarizm isə 1960-70-ci illərin böhran hadisələrindən sonra geniş yayılmışdır. Dünya haqqında iqtisadi nəzəriyyədə formalaşmış baxışların və təsəvvürlərin yarıtmazlığı, müasir iqtisadi fikrin böhranı lokal hal deyil, XX əsrin bir çox dahi alimləri tərəfindən xüsusi qeyd edilən ümumdünya tendensiyasıdır. C.Helbreyt yazırdı: "Bazar mikro və makro analizinin dar çərçivələrində qalaraq ekonomiks elm olmaqdan çıxır və elm adlandırılması iddiasında olan mühafizəkar istifadə edilən inanclar sisteminə çevrilir". Rus alimləri N.D.Kondratyev, V.İ.Vernadskiy, A.A.Boqdanov, E.E.Slutskiy, L.N.Qumilyev və

başqaları da öz işlərində iqtisadi nəzəriyyənin müasir böhranı ilə bağlı təsəvvürlərimizə yenidən baxılmasının zəruriliyini sübut etmişlər ki, bu, marksizmin böhranının konkret formasını qəbul etmişdir, bundan sonra məhz marksizm keçmiş SSRİ-də hakim ideologiya olmuşdur və məhz o, bizim təsərrüfatçılığın inzibati-amirlik sistemində onun apologetikası üçün istifadə edilmişdir. Bu gün marksizmi doqmatizmdə günahlandırırırlar. Ancaq onun iqtisadi nəzəriyyənin inkişafında əhəmiyyətli bir mərhələ olduğunu qəbul etməmək olmaz. P.Samuelson iqtisadi fikir tarixində iqtisadi nəzəriyyənin inkişafına təsir göstərən yalnız üç görkəmli mütəfəkkiri xüsusi vurğulayır: A.Smit, K.Marks, C.M.Keyns. Digər görkəmli Amerika alimi C.Helbreyt hesab edirdi ki, K.Marksın təlimi marksistlərə tamamilə verilməsi üçün çox qiymətlidir. Y.Şumpeterin K.Marksı böyük alimlərə aid etməsi marksizmi tənqid etməyə mane olmurdu.

XX əsrin əvvəllərində K.Marksın nəzəriyyəsi rus iqtisadçılarının (məsələn, Tuqan-Baranovskinin, Rubinin, Jeleznyovun və s.) əsərlərində tənqid olunurdu. Qeyd edək ki, doqmaların yığılması istənilən elmdə qaçılmaz bir hadisədir. Belə ki, İ.P.Pavlovun şərti reflekslərinin nəzəriyyəsi mütləqdir, bu mütləqliyin zirvəsi XX əsrin 50-ci illərinə təsadüf etmişdir. Doqma – faydasız həqiqətdir. İdrak prosesində fikrin hərəkətinin bir mərhələsində həqiqətin olması onun başqa mərhələsində mütləqləşdirilir, donmuş məzmunla aksiom olur və faydasızlaşır. Lakin həyat dəyişir, eyni zamanda bizim təsəvvürlərimiz də dəyişir və yeni konsepsiyalara, yeni yanaşmalara, ictimai fikrin özünün dəyişməsinə tələb edən yeni paradigmalara ehtiyac yaranır. Yeni nəzəriyyə birbaşa böhrana reaksiya kimi görünür. Hər bir ölkənin sosial-iqtisadi böhrandan çıxmasını əksər alim və praktiklər əhalinin rifahının yüksəlməsinə yönəlmiş bazar iqtisadiyyatına keçiddə, qapalı iqtisadiyyatdan imtina etməkdə və bir sıra Qərb ölkələrində, ABŞ-da, Yaponiyada və s. inkişaf etmiş açıq iqtisadiyyatla əvəz olunmaqda görürlər. Bu zaman, əlbəttə ki, Qərb alimlərinin əldə etdiyi nailiyyətləri kor-koranə istifadə etmək olmaz. Ümumiyyətlə, Qərb iqtisadi elmini qiymətləndirsək, onun əhəmiyyətli dərəcədə riyazi və qeyri-sosial oldu-

ğunu, qrafiklərlə, elementar düsturlarla, mücərrəd mülahizələrlə yükləndiyini görmüş olarıq. Bu, iqtisadi artımın obyektiv elm kimi həddindən artıq formalaşması və yaranması təhlükəsi ilə nəticələne bilər ki, buna, da dünya elmi içtimaiyyəti tərəfindən dəfələrlə diqqət yetirilmişdir.

1.2. İqtisadi fikrin əsaslarına dair iqtisadçı alimlərin baxışları

Cəmiyyətin təsərrüfat həyatını tədqiq edən iqtisad elmini səciyələndirmək üçün müxtəlif məfhumlardan istifadə olunub. Bu anlayışlar müxtəlif vaxtlarda insanların təsərrüfat fəaliyyətini tədqiq edən alimlər və elmi məktəblər tərəfindən istifadə olunan terminlərdir.

"Ekonomiya"	"Ekonomiya" (yunan. Oykosev, ev təsərrüfatı və nomos – qayda, bilik deməkdir) hərfi mənası iş – evin, təsərrüfatın idarə edilməsi üzrə biliklər; ev təsərrüfatı.
"Ekonomika"	"Ekonomika"-təsərrüfatın idarə edilməsi qaydaları haqqında elmdir. Aşağıdakı məsələləri araşdırır: 1) insanın həyatını təmin etmək üçün istifadə etdiyi vəsaitlərin, obyektlərin, proseslərin, ehtiyacların ödənilməsi, insana lazım olan nemətlərin, şəraitlərin və əməyin tətbiqi ilə mövcud olma vasitələrinin məcmusunu; 2) malların istehsalı və mübadiləsi prosesində təsərrüfat elmi, insanların onu necə aparması, təsərrüfat proseslərinin axınının qanunauyğunluqlarını.
"Siyasi iqtisad"	"Siyasi iqtisad" – yunan sözlərinin birləşməsindən əmələ gələn anlayış: "politeya" – dövlət quruluşu, "oykos" və "nomos" (rus dilində – "политическая экономия"). "Siyasi iqtisad" – dövlət çərçivəsində təsərrüfatın aparılması bacarığı, biliyi.

<p>"Ekonomiks"</p>	<p>"Ekonomiks" – iqtisadi nəzəriyyə, iqtisadi proseslərin nəzəri əsaslarını öyrənən iqtisad elminin bir hissəsidir. "Ekonomiks" termini Britaniya iqtisadçısı A.Marşall tərəfindən geniş istifadəyə daxil edilmiş və əvvəllər istifadə olunan "siyasi iqtisad" anlayışını müəyyən mənada əvəz etmiş, ona böyük praktiki istiqamət vermişdir. "Ekonomiks" predmetinin əsasını tələb və təklif nəzəriyyəsi, bazar tarazlığının yaradılması, bazar rəqabəti, istehsalçı və istehlakçıların bazarda davranışı təşkil edir. Rus dilində ingilis sözü "ekonomiks" əvəzinə ona adekvat olan "экономика", "экономическая теория" sözlərindən istifadə etmək daha düzgündür.</p>
<p>"İqtisadi nəzəriyyə"</p>	<p>"İqtisadi nəzəriyyə" – müxtəlif mülkiyyət formalarına və təsərrüfat subyektlərinin müxtəlif səviyyələrdə və müxtəlif tarixi dövrlərdə bazar təsərrüfatı şəraitində təsərrüfatın rəşional aparılması qanunlarını öyrənən elmdir.</p>

Cədvəl 1.2.1. *İqtisad elminin adında işlədilən məfhumların qarşılıqlı əlaqəsi [23, səh. 19-25]*

Müasir şəraitdə "iqtisadiyyat" termininin mənası dəyişib. Hesab olunur ki, bu termini eramızdan əvvəl altıncı əsrdə yunan şairi Hesiod fikirləşib. O, iki sözü birləşdirərək: "oykos" (ev, təsərrüfat) və "nomos" (mən bilirəm, qanun) yeni termin aldı. Bu terminin hərfi mənası: incəsənət, bilik, ev təsərrüfatının idarə olunma qaydaları deməkdir. Termin qədim yunan iqtisadi fikrinin görkəmli nümayəndələri Ksenofont və Aristotel tərəfindən elmi dövriyyəyə daxil edilmişdir. Aristotel "iqtisadiyyat" (məhsulların istehsalı ilə bağlı təbii təsərrüfat fəaliyyəti) və "xrematistika"(sərvət qazanmaq, pul qazanmaq sənəti) anlayışlarından istifadə edirdi.

"İqtisadiyyat" termini müasir şəraitdə aşağıdakı mənaları ifadə edir:

* *birincisi*, bu ölkənin xalq təsərrüfatı və ya onun bir hissəsi, o cümlədən ayrı-ayrı sahələr (sənaye iqtisadiyyatı, kənd təsərrüfatı və s.), rayonun, regionun, ölkənin təsərrüfatı, ölkələr qrupu və yaxud bütün dünya (regional iqtisadiyyat, dünya iqtisadiyyatı, ölkə iqtisadiyyatı və s.);

* *ikincisi*, iqtisadi fəaliyyət prosesində formalaşan insanlar arasında iqtisadi münasibətlərin tarixən müəyyən məcmusu, və müxtəlif iqtisadi sistem (quldarlıq, kapitalizm və digər iqtisadiyyatlar) yaradan kateqoriya;

* *üçüncüsü*, insanların fəaliyyətinin, qanun və qanunauyğunluqlarının (nəzəri iqtisadiyyat, siyasi iqtisad), istehsalın bəzi şərait və elementlərinin (əhali, əmək, idarəetmə və s. iqtisadiyyatları), təsərrüfat fəaliyyətinin ayrı-ayrı sahələri və növlərinin (heyvandarlıqın, təhsilin iqtisadiyyatı və s.) öyrənilməsi ilə məşğul olan elm.

Əgər iqtisadiyyatın müasir tərifini bir cümlə ilə verməyə çalışsaq, onda iqtisadiyyat – zəruri həyat nemətlərinin yaradılması və istifadəsi yolu ilə insanların və cəmiyyətin tələbatının ödənilməsinə təmin edən təsərrüfat sistemidir.

Sonsuz insan tələbatlarının məhdud resurslar çərçivəsində öyrənilməsinə yönəlmiş elmə iqtisadiyyat deyilir.

"İqtisadiyyat" termini bir neçə mənə daşıyır:

- **"İqtisadiyyat"** – insanların tələbatını və təsərrüfatçılıq prosesində yaranan müxtəlif tərəflər arasında münasibətləri təmin etmək məqsədilə müxtəlif cür məhdud resurslardan istifadəni öyrənən elmdir;

- ***Təsərrüfat fəaliyyəti olaraq "iqtisadiyyat" təsərrüfat fəaliyyətinin hər hansı sahəsinin təşkili, strukturu və vəziyyətidir:*** dünya iqtisadiyyatı; regional iqtisadiyyat; ölkə iqtisadiyyatı;

- **"İqtisadiyyat"** – cəmiyyətin məhsuldar qüvvələrinin inkişafının bu mərhələsinə uyğun istehsal münasibətlərinin məcmusu, cəmiyyətdə hakim istehsal üsuludur.

Fransız iqtisadçısı Antuan Monkreyen de Vattevilin "Siyasi iqtisad üzrə traktatı (1615) çıxandan indiyədək iqtisadi nəzəriyyə

üç yüz ildən artıqdır ki, siyasi iqtisad kimi inkişaf edib və hazırda da inkişaf edir. Bu məfhumun birinci hissəsi “politeyya”dan əmələ gəlib və dövlət quruluşu deməkdir. Deməli, siyasi iqtisad hərfi tərcümədə dövlətdə təsərrüfatçılığın qanunları deməkdir. Həmin məfhumun meydana gəlməsi ilkin kapital yığıcı və xarici ticarətdə dövlətin rolunun get-gedə artması ilə şərtlənmişdir.

1890-cı ildə Alfred Marşallın (1842-1924) “Ekonomiksin prinsipləri” kitabı çapdan çıxdı. Ekonomiks fənnini A.Marşall ilk dəfə Kembric Universitetində 1902-ci ildən tədris etməyə başlamış və bu da C.Millin klassik məktəbinin siyasi iqtisad kursunu əvəz etmişdi.

“Ekonomiks” məfhumunun yaranması təsadüfi deyil. XIX əsrin sonundakı iqtisadi böhran və ondan sonrakı tənəzzül dövlətin iqtisadiyyata müdaxiləsinin əsassızlığını göstərdiki, bu da öz əksini yeni anlayışın yaranmasında, elmin əvvəlki adından birinci hissənin götürülməsində tapdı.

Hazırda bu ad altında iqtisadi nəzəriyyə üzrə çoxsaylı dərsliklər çap olunur. Bunlar arasında ən məşhuru Pol Samuelsonun 1948-ci ildə çap olunmuş və indiyə qədər 13 dəfə təkrar nəşr edilmiş “Ekonomiks” dərsliyidir. Həmin kitabda müəllif qeyd edir: “İqtisadi nəzəriyyə və ya siyasi iqtisad kimi adlandırılan elm ictimai elmlərlə, evdarlıq iqtisadiyyatı, müəssisənin idarə olunması ilə sıx əlaqədardır, lakin spesifik predmetə malikdir.

Beləliklə, ekonomiks və ya siyasi iqtisad ingilis-Amerika iqtisadi ədəbiyyatında sinonim kimi işlədilir. Hazırda siyasi iqtisad məfhumu altında bəzən bütövlükdə iqtisadi nəzəriyyə deyil, iqtisadi siyasət başa düşülür ki, bu da bir qədər yanlışdır.

“Ekonomiks” məfhumu iqtisadi ədəbiyyatda bu yaxınlara qədər burjua iqtisadiyyat elminin adı kimi nəzərdən keçirilirdi. Bu elmin inkarı bütün iqtisadi problemlərə sinfi yanaşmaya əsaslanan hədsiz siyasiləşmədən irəli gəlmirdi, bunu inzibati-komanda təsərrüfatçılıq sisteminin praktikasına da tələb edirdi.

“Ekonomiks” – çoxmənalı anlayışdır və bu anlayış aşağıdakı məsələləri xarakterizə edir:

- iqtisadiyyatın mikro, mezo və makro səviyyədə bazar fəaliyyəti

yətinin prinsipləri haqqında xüsusi elm;

- daha mücərrəd xarakterə malik marksist siyasi iqtisadla müqayisədə daha tətbiqi xarakter daşıyan elm;

- ABŞ və Qərbi Avropanın ali məktəblərində iqtisadi tarix, iqtisadi təlimlərin tarixi və iqtisadi problemlər üzrə bir sıra xüsusi kurslar daxil olmaqla, tədris fənlərinin tsikli.

Fənnin adının siyasi iqtisaddan iqtisadi nəzəriyyəyə dəyişdirilməsi bir elm kimi siyasi iqtisaddan imtina etmək deyil. Bu dəyişikliyi hazırda siyasi iqtisadın elmlikdən çıxıb şamanologiyaya çevrildiyi fikrini söyləyənlərin bu barədə təsəvvürləri yanlışdır. Bunun tam əksi nə olursa olsun siyasi iqtisad məfhumunun saxlanılmasıdır. Amma bu mövqeyin də kifayət qədər ciddi əsası var: tədris fənninin adının dəyişdirilməsini elmdən imtina hesab etmək yanlışdır. "İqtisadiyyat", "siyasi iqtisad", "ekonomika", "iqtisadi nəzəriyyə" kimi anlayışların inkişaf mərhələləri tarixi səbəblərlə şərtlənir. Əslində isə yuxarıda qeyd olunan anlayışlar daim inkişafdadır. Onlar iqtisad elminə xas olan iqtisadi müxtəlif hadisələri, təsərrüfat həyatında baş verən prosesləri daim araşdırır. Özü də belə bir araşdırma müxtəlif qarşılıqlı əlaqə və asılılıq səviyyələrində həyata keçirilir. "İqtisadiyyat", "siyasi iqtisad", "ekonomika", "iqtisadi nəzəriyyə" kateqoriyalarının mənası eynidir. İstənilən bilik sahəsinin, o cümlədən iqtisadiyyat haqqında biliklər sahəsinin inkişafı elmi istiqamətlərin gedişində əsas nəzəri müddəalara yenedən baxılmanın ardıcıl dəyişilməsidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, "siyasi iqtisad" fənninin adının dəyişdirilməsi ilə bağlı müxtəlif təkliflər verilmişdir. Məsələn:

- **Ümumi iqtisadi nəzəriyyə** (bir müddət sonra ümumi məfhumu aradan götürüldü);
- **Fundamental iqtisadiyyat**;
- **Nəzəri iqtisadiyyat** (bu məfhumu K.Marks işlədib. O yazırdı ki, nəzəri iqtisadiyyatla xüsusən uğurla həkimlər V.Petti, F.Kene, Nikolas Burbon, Mandevil məşğul olmuşlar);
- **Siyasi hesab** (V.Pettinin məfhumudur. XX əsrin 90-cı illərinin əvvəlində V.Zakşamskinin "İqtisadiyyatın əlifbası və hesabı" kitabı çap olunmuşdu);

- **Xrematistika** (Aristotelin məfhumudur, sərvət qazanma bacarığını bildirir);
- **Postiqtisadiyyat**;
- **Yeni siyasi iqtisad** (belə məfhum artıq Qərbdə neoinstitusionalizmlə işlədilməkdədir) – dövlətin iqtisadiyyatda davranışını izah edir, yəni siyasət + iqtisadiyyat.

Siyasi iqtisad məfhumunu saxlamaq istəyi güclüdür, çünki dövlət mövcud olduqca təsərrüfatın aparılması haqqında elm də qalacaq. Lakin qlobal iqtisadiyyat bu məfhumun saxlanılmasını sual altına alır. Bu məsələ hələ həll olunmayıb. Təəssüf ki, dövlət standartı məsələsində vahid mövqə yoxdur. Bu yerdə Bernard Şounun dediyi “bütün iqtisadçıları bir zəncirlə zəncirləsən belə, onlar vahid fikrə gəlməyəcək” sözlərini yadda saxlamamaq mümkün deyil.

Beləliklə, iqtisadi fikrin özülü kimi iqtisadi nəzəriyyəyə baxışların təkamülündən danışmaq olar.

1.3. İqtisadi nəzəriyyənin digər iqtisad elmləri ilə əlaqəsi

İqtisadi nəzəriyyə bütöv bir elm kompleksinin – sənayenin (ticarət işinin iqtisadiyyatı, sənaye, nəqliyyat, tikinti və s.), funksional (malyyə, kredit, marketinq, proqnozlaşdırma və s.), sahələrarası elmlərin (iqtisadi coğrafiya, demoqrafiya, statistika və s.) metodoloji bünövrəsidir [16, səh. 33-34].

İqtisadi nəzəriyyə – tarix, fəlsəfə, hüquq və başqaları ilə yanaşı, içtimai elmdir. İnsanın həyat fəaliyyətinin sosial hadisələrinin müəyyən hissəsini, hüquq elmi – digər hissəsini, əxlaq elmi – o biri hissəsini və s. açmağa yönəlib. Buna görə də iqtisadi nəzəriyyənin müddəalarının gerçəklik faktları üzərində yoxlanılmasını tələb etmək düzgün deyil.

İqtisadi nəzəriyyə konkret iqtisadi elmlərin, eləcə də sosiologiya, psixologiya, tarix və s.-in əldə etdiyi bilikləri nəzərə alır.

İqtisadi nəzəriyyənin praktiki əhəmiyyəti (O.Kontun məşhur düsturu) ondan ibarətdir ki, bilik qabaqcadan görməyə, qabaqcadan görmə isə hərəkətə gətirib çıxarır. İqtisadi nəzəriyyə iqtisadi siyasətə

tin əsasında durmalı, onun vasitəsilə isə gündəlik təcrübə sahəsinə nüfuz etməlidir. Hərəkət (təcrübə) biliyə, bilik-qabaqcadan görməyə, qabaqcadan görmə isə – düzgün hərəkətə gətirib çıxarır.

İqtisadi nəzəriyyə – zəngin olmağın qaydalar toplusu deyil. O, bütün problemlərin həlli üçün hazır cavabları vermir. Nəzəriyyə yalnız bir alətdir, iqtisadi həqiqəti anlamaq üçün vasitədir. Bu alətdən istifadə edilməsi, iqtisadi nəzəriyyənin əsaslarını bilməsi, həyatın bir çox vəziyyətində düzgün seçim edilməsinə köməklik göstərəcək.

Ümumi sistemdə o, idrak funksiyasını yerinə yetirir, çünki cəmiyyətin iqtisadi həyatının proseslərini və hadisələrini öyrənməli və izah etməlidir. Ancaq bu və ya digər hadisələrin mövcudluğunu qeyd etmək kifayət deyil. Onların mahiyyətinə varmaq, hərəkət qanunlarını açmaq, bu qanunlardan əməli fəaliyyətdə istifadə yollarını müəyyənləşdirmək lazımdır.

Buna görə də ümumi iqtisadi nəzəriyyənin ikinci funksiyası – praktiki (praqmatik) – rəşional təsərrüfatçılığın prinsip və metodlarının işlənməsi, iqtisadi həyat islahatlarının həyata keçirilməsi strategiyasının elmi cəhətdən əsaslandırılması və s.-dir.

Ümumi iqtisadi nəzəriyyənin üçüncü funksiyası elmi proqnozların və ictimai inkişafın perspektivlərinin işlənilib hazırlanmasını və aşkarlanmasını nəzərdə tutan proqnoz-praqmatik funksiyadır.

İqtisadi nəzəriyyənin bu funksiyaları sivil cəmiyyətin gündəlik həyatında baş verir. İqtisadi mühitin formalaşdırılmasında, iqtisadi dinamikanın miqyasının və istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsində, istehsal və mübadilə sahəsində sahə strukturlarının optimallaşdırılmasında, əhalinin ümumi həyat səviyyəsinin yüksəldilməsində iqtisad elminin çox böyük rolu vardır.

Tarixi məktəbin nümayəndəsi kimi tanınan Karl Meqger hesab edirdi ki, iqtisadi bilikləri elmi yox, öz aralarında xüsusi mənə ilə bağlı müxtəlif iqtisadi fənlər sistemini öyrənməklə mənimsəmək olar. Bu fənlər öyrənilərkən cəmiyyətin fəaliyyəti üçün zəruri olan qaydalar sistemini daha səmərəli və daha dəqiq ifadə etmək olar. İqtisad elminin nəzəri və praktiki hissələrə bölünməsi məhz buradan yaranmışdır. Bu, tədqiqat obyektini, idrak metodları,

nəzəriyyəçilər və praktiklər tərəfindən tətbiq olunan iqtisadi obyektlərin və hadisələrin təsviri metodları haqqında uyğunsuzluqların əks olunması ilə bağlıdır. İqtisadi nəzəriyyə daha çox proseslərin və hadisələrin "təmiz", "dəyişdirilməmiş formada" cərəyan etməsinin öyrənilməsinə aiddir. Eyni zamanda, əqli cəhətdən vurğulanan bir sıra kateqoriyalar və konsepsiyaların öyrənilməsinə əhatə edərək, tələb olunan və ya real vəziyyətə olduqca bənzər bir vəziyyət yaradır. Modelləşdirilmiş gerçəkliyin o qədər də dəqiq olmayan əksini nəzərə alsaq, nəzəri cəhətdən inkişaf etmiş bir çox modellər tam iqtisadi modelin yaradılması üçün istifadə olunur. Modeldən istifadə edərək, bu vəziyyətdə fəaliyyətin inkişafının və ya dayandırılmasının əsas amillərini vurğulamaq, demək olar ki, bütün məlumatları minimum fərqlə əldə etmək daha asandır. İqtisad elmində şərti olaraq iqtisadiyyatın qavrayış sahəsindən iki istiqaməti ayırır.

Pozitiv (deskriptiv) iqtisadiyyat əsas olaraq tədqiq olunan iqtisadi cərəyanların və proseslərin izahı, onların elmi hipotezlər, konsepsiyalar əsasında formalaşdırılması, dövrilik və ümumi qanunauyğunluqların müəyyən edilməsi üzrə ixtisaslaşır. *Normativ iqtisadiyyatın* vəzifəsi isə qarşıya qoyulan suallara lazımı nəticənin əldə edilməsi üçün nə və necə baş verəcəyi, yaranmış vəziyyətdə necə davranılacağı barədə izahat verməkdir. Ayrı-ayrılıqda proqnozlaşdırma, gələcəkdə hadisələrin mümkün nəticələrinin elmi olaraq proqnozlaşdırılması kimi göstərilir. Proqnozlaşdırmanı iqtisadi gözləntilərin elmi adlandırmaq olar.

İqtisadi nəzəriyyədən iqtisadi siyasəti fərqləndirmək lazımdır. İqtisadi nəzəriyyələr təsərrüfat praktikasının qarşıya qoyduğu problemlərə cavab axtarmaqla inkişaf edirdi, lakin onlar yalnız iqtisadi gerçəkliyi dərk etmək və onun dinamikasını proqnozlaşdırmaq üçün alət olaraq qalır. İqtisadi siyasət dövlətin ictimai istehsal, bölgü, mübadilə və istehlak sahələrində məqsədyönlü tədbirlər sistemidir. O, cəmiyyətin, onun bütün sosial qruplarının mənafelərini əks etdirməli və milli iqtisadiyyatın möhkəmləndirilməsinə yönəlməlidir. İqtisadi siyasət iqtisadi problemlərin həlli variantlarının tapılmasını və onların mexanizmlərinin işə salın-

masını nəzərdə tutur. Siyasətçilər iqtisadi nəzəriyyədən istifadə edərək, həll olunan problemin mədəni, sosial, hüquqi və siyasi aspektləri ilə də hesablaşmalıdırlar. İqtisadi siyasət məsələlərinin həyata keçirilməsi iqtisadi sistemin dəyişməsinə, onun təkmilləşdirilməsinə gətirib çıxara bilər ki, bu da iqtisadi nəzəriyyənin sonrakı inkişafında öz əksini tapır. İqtisadi hadisələrin tədqiqatı zamanı bütün simpatiyalardan və antipatiyalardan, şəxsi maraqlardan imtina etmək çox vacibdir, Fransanın məhkəmə andıçmə mərasiminin gözəl düsturunu xatırlayaraq: "Sadəcə, həqiqəti, bütün həqiqəti, həqiqətdən başqa bir şey söyləməyəcəm", istənilən məsələni necə var elə demək lazımdır. ***İqtisadi nəzəriyyə kursu – həqiqətin inhisarına iddia etmədən iqtisadi gerçəkliyi dərk etmək üçün elmi rəhbərlikdir.***

II FƏSİL

İQTİSADI NƏZƏRİYYƏNİN GENEZİSİ VƏ İNKİŞAFINININ ƏSAS MƏRHƏLƏLƏRİ

2.1. İqtisadi fikrin kökləri. Qədim dünya mütəfəkkirlərinin təlimləri

İbtidai cəmiyyətin texniki silahlanması o qədər aşağı olmuşdur ki, insan öz əməyi ilə yalnız özünü və ailəsini dolandıra bilmişdir. Sonra "dəmir inqilabı" baş vermiş: dəmir əmək alətləri yaranmışdı. Əmək məhsuldarlığı artmış, insan istehlak etdiyindən daha çox qida istehsal etmiş, yəni əlavə məhsul ortaya çıxmışdı. Məsələn, daş alətini dəmir alətinə dəyişəndə, əkinçi daha çox torpaq səpib daha çox taxıl əldə edə bilər.

Bu əlavə məhsul sayəsində ov ilə məşğul olmayan insanların yaşayışları təmin edilirdi. Onların əlləri və başları başqa işlər üçün azad olmuşdu: onlar sənətkarlıq məmulatları hazırlaya, elmlə, incəsənətlə məşğul ola bilirdilər. Bu yeni təbəqənin meydana gəlməsi ilə bəşəriyyətin tərəqqisi kəskin şəkildə sürətləndi. Amma onu istehsal edən adamlardan əlavə məhsul götürmək lazım idi. Bu isə yalnız cəmiyyətin siniflərə bölünməsi və dövlətin yaradılması zamanı mümkündür.

Yer kürəsində ilk dövlətlər, sivilizasiyanın ilk ocaqlarının dəqiq müəyyən olunduğu yerlərdə, isti iqlimə malik ölkələrdə, münbit torpaqlara malik çay vadilərində: Nil vadisində (e.ə. 3000 il əvvəl), sonra "Dəclə" və "Fərat" vadilərində, Qanq vadisində, Çin çaylarının meşə vadilərində yaranmışdır. Bu dövlətləri qədim Şərqi dövlətləri adlandırırlar.

Əlavə məhsul əldə etmək isə yalnız suvarma sistemləri yaratmaqla mümkündür. Hər bir icma təkbaşına belə bir sistem qura və tənzimləyə bilməzdi. Bunun üçün çay vadisinin bütün əhalisinin qüvvələrini birləşdirmək lazım idi. Qüvvələrin belə birləşməsi *Qədim Şərqi dövlətlərinin* yaranmasının əsası idi.

Bu dövlətlərin xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

1) qullar cəmiyyətin əsas məhsuldar qüvvəsini təşkil

etmirdilər, yəni maddi nemətlərin istehsalı, kənd təsərrüfatı və sənətkarlıqla əsasən azad hesab olunan insanlar məşğul olurdular;

2) torpaq xüsusi mülkiyyətdə deyil, dövlət mülkiyyətində və ya dövlət-icma mülkiyyətində idi;

3) Şərqdə dövlətlər tədricən "Şərq despotiyası" formasını alırdılar, yəni dövlətin qarşısında sakinlərin tam hüquqsuzluğu müşahidə olunurdu.

İqtisadi fikir eramızdan əvvəl dördüncü minillikdə Şərqdə yaranmış köləlik dövrü ilə sıx bağlıdır. İcma, dövlət və xüsusi mülkiyyət formaları qarşılıqlı fəaliyyət göstərir. Şərq köləliyinə dövlətin təsərrüfat həyatında miqyaslı iştirakı xasdır: yəni irriqasiya sisteminə nəzarət və sələmçiliyin reqlamentasiyası, borc yükünün, ticarət sövdələşmələrinin və digər hüquqi tədbirlərin mövcudluğu.

Qədim (klassik) adlandırılan əsərat Qədim Yunanıstanda və Qədim Romada eramızdan əvvəl V - VI əsrlərdə mövcud idi [11, səh. 32- 36].

Qədim dünyanın iqtisadi fikrinin ümumi xüsusiyyəti təbii təsərrüfatın prioritetini qorumaq, mal mübadiləsinin ekvivalent və mütənasib xarakterini pozan, əxlaq və etika mövqeyindən ticarət-sələmçilik əməliyyatlarını pisləmək məqsədi daşıyır.

Bizə gəlib çatmış yazılı mənbələrdən ən ilki kimi "Herakleopol çarının oğlu Merikara tapşırığı"nı hesab edirlər ki, burada söhbət dövlət idarəçiliyi və təsərrüfatçılıq qaydalarından gedir (eramızdan əvvəl XXII əsr - "Qədim Misir"). Erkən mənbələrdən biri də sosial çevrilişin, mərkəzləşdirilmiş idarəetmə sisteminin dağılmasının və bunun nəticələrinin təsvir olunduğu "İpuserin nitqi" (eramızdan əvvəl XVIII əsr - "Qədim Misir") idi. Bu çevrilişin səbəbləri-geniş rüşvətخورluq və məmurların korrupsiyası, ev köləliyinin və sələmçiliyin miqyasının artması idi.

İqtisadi fikrin ən məşhur abidəsi eramızdan əvvəl XVIII əsrdə Hammurapi çarın (eramızdan əvvəl 1792-1750-ci illər) "Babilistan Qanunları Məcəlləsidir". Mesopotamiyada əmtəə-pul münasibətlərinin sürətli inkişafı xəzinəyə vergi daxilolmalarının kəskin azalması və buna görə də dövlət strukturlarının zəifləməsi

ilə müşayiət olunurdu. Bu məcəllə, "güclülərin zəifləri sıxışdırılması" üçün yönəldilmişdir. "Babilistan Qanunları Məcəlləsində" təsbit edilmiş hüquqi normalar təbii-təsərrüfat əsaslarını sərt şəkildə reqlamentləşdirirdi. Məcəllədə vətəndaşların mülkiyyət hüquqlarının müdafiəsi, icarə və sələmçilik qaydaları əksini tapmışdır. Bundan başqa, məcəllədə əhalinin iqtisadi fəaliyyətinə dövlət tənzimlənməsinin və nəzarətin müxtəlif formaları nəzərdə tutulmuşdur. Belə ki, xüsusi mülkiyyətə qəsd üçün qəti imkan tədbiri qula çevirilmə və ya ölüm cəzası ola bilərdi. Başqasının qulunu (o, əmlaka bərabər idi) aparmaq cəhdləri də ölüm cəzasına qədər sərt şəkildə cəzalandırılırdı. Borca görə yük və köləlik şiddəti azaldı. Vətəndaşlar indi həyat yoldaşını, oğlunu və ya qızını köləliyə verərək, borclarına görə torpaq paylarını itirmirdilər. Qanun ailənin atasına zəmanət verirdi ki, 3 il keçdikdən sonra onun ailə üzvü azad, borcu isə ləğv ediləcək. Sələmçiliyin miqyası 20% civarında müəyyən edilmişdi.

Qədim Çin iqtisadi fikrinin mərkəzi fiquru Konfutsi (Kun Futzi) (eramızdan əvvəl 551-479-cu illər) olmuşdur. Onun əsərlərində nəslin iqtisadi rifahının dövlət müdafiəsinin zəruriliyi əsaslandırılmışdır. Konfutsi hesab edirdi ki, əmək xalqın və hökmdarın zənginliyini artırır, kəndli icması və patriarxal ailə tərəfindən dəstəklənir. "Savadlı hökmdar xalqın atasıdır, düzgün hərəkətin və sərvətin daha bərabər paylanması qarantıdır".

Patriarxal ailə münasibətlərinin reqlamenti ictimai quruluşun sabitliyinin əsasıdır. Hakimiyyət sərvətin bərabər bölünməsinə, kənd təsərrüfatı işlərinin reqlamentləşdirilməsinə, vergilərin məhdudlaşdırılmasına və insanların mənəvi cəhətdən təkmilləşdirilməsinə qayğı göstərməlidir. Konfutsi tərəfindən elan edilmiş etik normalar qohumların ailəsinin və klanın möhkəmlənməsinə, eyni zamanda Çinin ictimai quruluşunun möhkəmlənməsinə kömək etmişdi.

Eramızdan əvvəl IV-III əsrlərdə Çində "Quan-tzi" kollektiv traktatının ideyası yayılmışdı. Burada bütün maddi nemətlər zənginliyi ilə tanınır. Bir tərəfdən, qızıla pulun rolu verilir, digər tərəfdən isə qızıl dövlətin resurslarının hesablanması tədbirinə

xidmət edən əmtəə elan edilirdi. İqtisadiyyatın sabit inkişafının zəruriliyi barədə fikir yürüdülür: "yalnız kəndlərdə çörək qiymətlərinin tənzimləndiyi əmin - amanlıq hökm sürürdü". İqtisadiyyatı tənzimləmək üçün müəlliflər dövlət çörək ehtiyatları yaratmaq, torpaq sahiblərinə güzəştli kreditlər təqdim etməyi tövsiyə edirdilər [13, səh. 5-35].

Eramızdan əvvəl IV-III əsrlərdə qədim hind iqtisadi fikri "Arthaşastra" (Artha-fayda, gəlir, şastra-elm deməkdir) traktatını təqdim etmişdir. Müəllif Çar Çandraguptanın məsləhətçisi olan Kautilya hesab olunur. Traktat maddi mənfəətə həsr olunmuşdur: torpağın alınması, vergilərin, ticarət mənfəətinin, faizlərin alınması. Burada düzgün iqtisadi siyasətin işlənilib hazırlanmasında və həyata keçirilməsində hökmdarın rolu ayrılmışdır. Kəlalik sərvətin yığılması və ictimai faydanın əldə edilməsi üçün təbii hal hesab edilir. Dövlət sərvəti əhalinin əməyinin nəticələrindən yararır, buna görə də o müxtəlif ehtiyaclar istiqamətində xərclənməlidir: irriqasiya qurğularının mühafizəsi, güzəştli torpaqdan istifadə, filiz mənbələrinin mənimsənilməsi, yolların tikintisi, möhtəkir alverçilərlə mübarizə.

Dövlət siyasətinin əsas məqsədi vergilərin köməyi ilə xəzinəni doldurmaq və dövlət əmlakının oğurlanması ilə mübarizə aparmaqdır.

İqtisadi fikir öz zirvəsinə eramızdan əvvəl V-IV əsrlərdə çatmışdır. O dövrün mütəfəkkirlərindən biri *Ksenofont (e.ə. 430-354-cü illər)* "Domostroy" traktatının müəllifidir. O, "ekonomiya" (evin idarə edilməsi, ev təsərrüfatı haqqında elm) terminini istifadə etməyi təklif etmişdir. Ksenofont cəmiyyətdə əmək bölgüsünün problemlərinin öyrənilməsinə ilk müraciət edənlərdən biridir. Həmçinin o hər hansı bir məhsulun iki tərəfini faydalı xüsusiyyətlərində (istehlak dəyəri) və mübadilə qabiliyyəti (dəyişdirmə dəyəri) ilə ifadə edən ilk şəxslərdəndir. O, pulun zəruriliyini və faydalılığını etiraf etmiş, iki funksiyasını-tədavül vasitəsi və yığım vasitələrini göstərmişdi. Təbii təsərrüfatın tərəfdarı olan Ksenofont ticarətin səmərəliliyini də inkar etməyib. O, öz əsərlərində qulların istismarının ən yaxşı üsulları-maddi və mənəvi stimulların istifadəsi barədə məsləhətlər verirdi.

Platon (eramızdan əvvəl 428-147-ci illər) özünün "Dövlət" əsərində dövlət quruluşunun layihələrindən birinin xarakteristikasını göstərmişdir. Burada ictimai maraqların təmin edilməsində zadəganlığın rolu yüksək qiymətləndirilir. Bu sinif döyüşçülərlə birlikdə idarəetmə aparatını təşkil edir. Xüsusi mülkiyyət Platon tərəfindən tənqid edilmiş, hər şeyin dövlətə məxsusluğu vurğulanmışdır. Müəyyən edilmiş minimumdan artıq olan hər bir şəxsin əmlakı dövlət tərəfindən alınır.

Ailə dövlətin nəzarəti altındadır, həmçinin dövlət nigah və uşaqların anadan olmasını müəyyən edir. Əslində, Platon ibtidai kommunizm dövlətinin modelini yaratmışdı. Bu ilk utopik xarakterli fikirlərdən biridir.

Başqa bir layihə "Qanunlar" işində Platon tərəfindən təklif olunur. O hesab edir ki, ideal dövlətdə bütün vətəndaşlar püşkatma yolu ilə ev və torpaq sahəsi əldə edə biləcəklər. Vətəndaşların ümumi əmlakının dəyəri 4 dəfədən çox fərqlənməməlidir.

Ksenofont kimi, Platon da əkinçiliyi iqtisadiyyatın ən mühüm sahəsi hesab edirdi.

Aristotel (eramızdan əvvəl 384-322-ci illər) Makedoniyalı İsgəndərin tərbiyəçisi olmuşdur. "Nikomaxovaya etika", "Siyasət" əsərlərində ideal dövlət layihəsini işləyib hazırlamış, ailəni onun əsası kimi müəyyənləşdirmişdir. Dövlətin mahiyyəti ümumi faydaya can atmaqdır.

Aristotel köləliyi təbii, qulunu isə danışan bir vasitə hesab edirdi. O, cəmiyyəti azad və qullara, onların əməyini isə-zehni və fiziki cəhətdən bölməyin zəruriliyindən danışırdı. İnsanların bütün təsərrüfat və həyat fəaliyyəti Aristotel tərəfindən hər bir təbəqənin sərvət əldə etmək üçün istifadə etdiyi üsullar baxımından nəzərdən keçirilir və ya təbii sahəyə – iqtisadi sahəyə, yaxud qeyri-təbii – xrematistikaya aiddir.

İqtisadiyyat əkinçilik, sənətkarlıq və kiçik ticarətdə insanların fəaliyyəti ilə təmsil olunur. Onun məqsədi insanın həyat tələbatının ödənilməsidir, buna görə də insan dövlətin qayğı obyektii olmalıdır.

Müəllif xrematistikaya iri ticarət sövdələşmələri və sələm-

çiliyi aid edir. Onun məqsədi sonsuzdur, çünki bu sahədə əsas məsələ pula sahib olmaqdır.

Qədim Roma mütəffəkləri Varron (e.ə 116-27) və Kolumella (b.e I əsri) öz fikirləri ilə iqtisadiyyat elmində özünəməxsus yeri tutdular. Kolumellanın fikirlərini Qədim Yunanıstanın iqtisadi fikirlərinin davamı hesab etmək olar. Bu fikirlərdə köləliyin zəruriliyi əsaslandırılmaqla yanaşı, onun tənəzzülü və dağılmasından da bəhs olunur.

Mark Katon “Əkinçilik haqqında” traktatında qulların əməyinin normalaşdırılması, eləcə də fəsillər üzrə ərzaq norması barədə tövsiyələr vermişdir. Mark Varron “Kənd təsərrüfatı” əsərində əməyə mülayim məcbur etmə tərəfdarı kimi çıxış edir. Kolumella qul əməyi məhdudluğunu etiraf etməklə yanaşı, müasir iqtisadiyyatda da böyük əhəmiyyət kəsb edən əməyin keyfiyyəti problemini ortaya qoyurdu. Həmçinin, Qədim Roma mütəffəklərinin əsərlərində mülkiyyət problemi də ortaya qoyulmuşdur. Lakin bütün bəxəşlər iqtisadiyyat haqqında sistemləşdirilmiş təlim hesab edilə bilməzdi.

Müasir adı “Ekonomiks” olan iqtisad elmi çox böyük inkişaf yolu keçərək günümüzdə qədər gəlib çatmışdır. Bu elm XVIII əsrdə meydana gəlsə də, lakin iqtisadi fikir tarixi xeyli qədimdir. İqtisad elmi digər elmlər kimi uzun inkişaf yolu keçmişdir. Bu inkişafın başlanğıcı quldarlıq dövrünə gedib çatır. Başqa sözlə, əsil iqtisadi fikirlər klassik quldarlıq dövründə təşəkkül tapmışdır. Lakin iqtisadi fikirlər dünyanın hər yerində eyni zamanda meydana gəlməmişdir. Onun meydana gəlməsi üçün əkinçiliyin, maldarlığın, ticarətin və şəhər mədəniyyətinin yüksək səviyyədə olması vacib idi. Belə bir iqtisadi və mədəni şərait Qədim Şərq ölkələrində-Babilistanda, Çində, Misirdə, Türküstanda mövcud idi. İlk pulun məhz Şərqdə yaranması da bununla bağlıdır. Bu isə öz növbəsində Şərq ölkələrində əmək bölgüsünün inkişafını göstərir. Qədim Şərq ölkələrində iqtisadi həyatın yüksək inkişafı gələcəkdə ilk kağız pulun (XII əsrdə Çində yaranıb. Bu pul tədavüldə olan qızıl və gümüş pulların dəyərdən düşməsinin qarşısını almaq məqsədilə işlədilir) və qızılın dövlət xəzinəsində toplanmasına gətirib

çıxarırdı.) da burada yaranmasına gətirib çıxaracaqdır. Bundan başqa, qədim Misir, Şumer mənbələrində o dövrün iqtisadi və təsərrüfat həyatı, sərvətin mənbələri və istifadə edilməsi haqqında məlumatlar qeyd olunub. Yetkin şəraitin mövcud olduğu qədim dövlətlər yox olub getmişlər, lakin onlar bir çox mədəniyyətlərin formalaşmasında xüsusi rol oynamışlar. Bu mədəniyyətlərə qədim yunan və Avropa mədəniyyətlərini nümunə göstərmək olar. Xüsusilə antik yunan mədəniyyəti qədim dünya dövlətlərinin əsil davamçısı kimi çıxış etmişdir. Antik yunan mədəniyyətinin nümayəndələri təbiəti, eləcə də təbiətin ayrılmaz parçası olan insanı öyrənən elmlərin əsasını qoymaqla yanaşı, iqtisadiyyatı öyrənmək və onu araşdırmaq sahəsində də yüksək qabiliyyət nümayiş etdirmişlər. Bu mütəfəkkirlər arasında Ksenofontu, Platonu, Aristoteli xüsusilə fərqləndirmək lazımdır. İqtisadi fikrin təkamülündə Ksenofontun rolu böyük olmuşdur. “İqtisadiyyat” - “Oykonomiya” terminini elmə bəxş edən məhz Ksenofont olmuşdur. “Oykonomiya” termini Ksenofontun qulların zəhmətinə əsaslanan evin idarə olunması və onun ağılla həyata keçirilməsindən bəhs edən kitabının adından götürülmüşdür. Ksenofont bu əsərində əkinçiliyi ön plana çəkmişdi. Filosofa görə, əkinçiliksiz heç bir sənət olmaz və bunu əsas götürərək o, əkinçiliyi bütün sənətlərin anası adlandırmışdır. Antik dövrün ən görkəmli nümayəndələrindən biri də Platonun tələbəsi Aristotel olmuşdur. Bir çox iqtisadçılar onu “ilk iqtisadçı” kimi qəbul edirlər. Bu da təsadüfi deyil, çünki Aristotel özünün “Etika” və “Siyasət” əsərlərində “iqtisadiyyat” anlayışının nəzəri təhlilini verərək onun məqsəd və funksiyalarını göstərmişdir. Aristotel iqtisadiyyata “yaşamaq üçün zəruri olan məhsulların istehsalı zərurətindən doğan təbii təsərrüfat fəaliyyəti” tərifini vermişdir və bu anlayışa təsərrüfatın inkişaf qanunları, onun idarəedilməsi qaydalarını daxil etmişdir. Aristotelin iqtisad elminə ən böyük xidməti əmtəəni təhlil edərək onun ikili xarakterini və xassələrini göstərməsidir. Bundan başqa, filosof müasir iqtisadi kateqoriyalardan olan pul, qiymət, ticarət, kapitalı tətbiq və təhlil etmişdir.

2.2. Dünya sivilizasiyasının ilk mühüm iqtisadi məktəbləri

İqtisadi sistemin mahiyyəti, məqsəd və vəzifələri haqqında sistemləşdirilmiş biliklər toplusu olan iqtisadi nəzəriyyə bir elm kimi XVII-XVIII əsrlərdə daha da geniş vüsət aldı. Bu dövr manufakturaların yaranması, ictimai əmək bölgüsünün dərinləşməsi və kapitalizmin təşəkkül tapması dövrü idi [11, səh. 36-43]. İqtisadiyyat bu proseslərə **merkantilizmin** meydana gəlməsi ilə cavab vermişdi.

Merkantilizm (italiyanca: mercante – alış-veriş edən, tacir, latınca: mercanti – alış-veriş etmək) – XVI-XVIII əsrlərə aid traktatların müəllifləri tərəfindən irəli sürülmüş, dövlətin təsərrüfat fəaliyyətinə fəal müdaxiləsinin zəruriliyini əsaslandıran doktrinalar sistemi, əsasən proteksionizm – yüksək idxal rüsumlarının, milli istehsalçılara subsidiyaların yaradılması və s.dir. "Merkantilizm" termini A.Smit tərəfindən təklif edilmişdi. Smit iddia edirdi ki, əksər hallarda iqtisadçı-praktiklər olan merkantilistlər Şərqi Hindistan şirkətinin ticari-inhisarçı institutlarının maraqlarını müdafiə edirdilər. Lakin tarixçilər bu fikri təkzib etmişlər. Məsələn, məşhur ingilis iqtisadçısı Ç.Uilsonun qeyd etdiyi kimi, XVII əsrin sonlarında İngiltərədə merkantilist qanunların hazırlanmasında təkcə tacirlər və sənayeçilər deyil, geniş insan dairəsi iştirak edirdi. Merkantilist siyasətinin məqsədi təkcə ingilis tacirləri və sənayeçilərinin maraqlarının təmin edilməsi deyil, həm də kütləvi işsizliyin azaldılması, ərzaq alverinə qarşı mübarizə, dövlət büdcəsinə daxil olmaların artırılması və milli təhlükəsizlik problemlərinin həlli idi [13, səh. 66-79].

Merkantilist təlimin mahiyyəti sərvətin mənbəyinin müəyyənləşdirilməsindən ibarət idi. Onlar sərvətin mənbəyini mübadilədə görür və onu pulla eyniləşdirirdilər. Merkantilistlər ticarətçilərin maraqlarını müdafiə edirdilər. Erkən və sonrakı merkantilistlər fərqləndirilir. Erkən merkantilizmin əsasında pul balans sistemi və pul sərvətinin qanunvericilik yolu ilə artırılması dayanır. Sonrakı merkantilizmin əsasını az alıb çox satmaq prinsipi və aktiv

ticarət balansı sistemi təşkil edirdi. "Merkantilizm" məktəbinin ən görkəmli nümayəndələri Tomas Man (1571-1641), Antuan Monkreyen (1575-1621) və Tomas Yum (1711-1776) idilər. Antuan Monkreyen ilk dəfə elmi dövriyyəyə "siyasi iqtisad" məfhumunu gətirmişdir.

Merkantilizmin əsas prinsipləri aşağıdakılardır:

- ❖ qızıl və gümüşün ölkəyə axını məqsədi ilə xarici ticarətin tənzimlənməsi;
- ❖ ucuz xammalın idxalı vasitəsilə sənayeyə dəstəyin həyata keçirilməsi;
- ❖ proteksionizm siyasətinin həyata keçirilməsi;
- ❖ hazır məhsul ixracının dəstəklənməsi;
- ❖ əmək haqqının aşağı səviyyədə saxlanılması üçün əhalinin artımı;
- ❖ istehsal sahəsindən kənar tədavül sahəsinin problemlərinin araşdırılması;
- ❖ xarici ticarətin dövlət tənzimlənməsi və ticarət balansının müsbət saldosu vasitəsilə ölkənin pul sərvətinin artırılması yolu ilə iqtisadi artıma nail olmaq.

Merkantilizmin (xüsusilə tədavül sahəsində) praktiki istiqaməti iqtisadiyyatın bilik sahəsi kimi təkamülünün sonrakı mərhələlərinə əhəmiyyətli təsir göstərmişdir. Belə ki, "dünya emalatxanası" hesab edilən – İngiltərədə kifayət qədər yüksək (proteksionist) rüsumlar XVI-XVII əsrlərdə böyük rol oynamışdı. 1650-ci ildə İngiltərə parlamenti tərəfindən xüsusi icazə olmadan əcnəbilərə ticarət fəaliyyətini qadağan edən qanun qəbul edilmişdir. XVIII əsrdən etibarən İngiltərə dünya sənayesinin lider ölkəsi olmağa müvəffəq olmuşdur. Bu o demək idi ki, qalan ölkələr artıq onunla rəqabət apara bilməyiblər. Bu, fritrederlik (azad ticarət) ideyalarının geniş yayılmasına səbəb oldu. XVII əsrin sonu-XIX əsrin əvvəllərində merkantilizm Avropanın aparıcı ölkələrində (İngiltərə, Prussiya, Avstriya, İsveç, Fransa) rəsmi iqtisadi doktrina kimi mövcud idi. İngiltərədə merkantilizm (proteksionizm) XIX əsrin ortalarına qədər mövcud olmuşdur (təxminən XVIII əsrin ortalarından etibarən merkantilizm proteksionizm adlandırılmağa

başlandı). Digər ölkələr də ayrı-ayrı dövrlərdə bu doktrinaya əməl etməyə çalışıblar (məsələn, Kolberin dövründə Fransada, Rusiyada I Pyotrun hakimiyyətinin sonunda, Yelizaveta Petrovnanın dövründə və I Nikolayın dövründə əməl olunmuşdu).

İqtisadi nəzəriyyənin bir elm kimi inkişafında *Uilyam Petti* (1623-1687) və *Pyer Buagilberin* (1646-1714) xüsusi yeri var. U.Pettinin ən məşhur əsərləri “ Vergilər və rüsumlar haqqında traktat” (1662), “Siyasi hesab” (1646) və “Pul haqqında müxtəlif düşüncələr”-dir. U.Petti ilk dəfə olaraq sərvətin mənbəyinin əmək və torpaq olduğunu bəyan etmişdir. Onun belə bir deyimi vardır: “Əmək sərvətin atası, torpaq isə onun anasıdır”. Pyer Buagilber əməyi dəyəərə aid etməyə cəhd etmiş və əmək-dəyər nəzəriyyəsi istiqamətində həlledici addım atmışdır.

Siyasi iqtisadın inkişafında yeni istiqamət iri mülkədarların mənafeyni müdafiə edən *fiziokratlarla* təmsil olunmuşdur. Fiziokrat məfhumu “təbiətin hökmranlığı” deməkdir. Bu istiqamətin nümayəndələri merkantilistlərdən fərqli olaraq sərvətin mənbəyi kimi əkinçilikdə sərf olunan əməyi görürdülər. Həmçinin, kənd təsərrüfatında istehsal olunan məhsulun istehlak olunandan çox olmasını bəyan edirdilər. *Bu istiqamətin ən görkəmli nümayəndələri Fransua Kene (1694-1764) və A. Türqo (1723-1781) olmuşdur.*

Fiziokratlar məktəbinin banisi Fransua Kenedir (1694-1767). Kral XV Lüdovikin sarayının həkimi olan F.Kene iqtisadiyyat problemləri ilə 60 yaşında məşğul olmağa başlamışdı [13, 79-99 s.].

Onun əsas əsərləri: "Əhali " (1756), " Fermerlər", "Taxıl", "Vergilər" (1757), "İqtisadi cədvəl"dir (1758). Qeyd etmək lazımdır ki, "İqtisadi cədvəl" əsəri makroiqtisadi təhlilin ilk təcrübəsi kimi iqtisadi düşüncənin tarixinə daxil olmuşdur. Bu əsərdə müəllif kənd təsərrüfatında yaradılan məcmu illik məhsulun sosial qruplar arasında necə bölüşdürüldüyünü, eyni zamanda bütün mübadilə aktlarını kütləvi pul və mal hərəkətinə birləşdirərək, istiqamətlənmiş hərəkət şəklində üç tip (sınıf) reallaşdırılmasının əsas yollarını təqdim etdi.

Kenenin iqtisadi tədqiqatının metodoloji platforması onun tərəfindən işlənib hazırlanmış, hüquqi əsası olan şəxsi mülkiyyəti,

şəxsi maraqları müdafiə edən, faydaların təkrarlanmasını və düzgün paylanmasını təmin edən dövlətin fiziki və mənəvi qanunları olan təbii qayda konsepsiyası olmuşdur. Alimin dediyinə görə, şəxsi maraq heç vaxt hamının ümumi marağından ayrıla bilməz, bu isə yalnız dövlət tənzimləməsi zamanı baş verir. O, ali dövlət hakimiyyətini təbii qayda-qanun biliklərinə malik olan, dövlət idarəçiliyinin həyata keçirilməsi üçün zəruri olan maarifləndirici bir şəxsiyyətin əlində cəmləşdirməyi məqsəduyğun hesab edirdi.

F.Kenenin nəzəri irsində təmiz (xalis) məhsul haqqında doktrinası mühüm yer tutur. Onun fikrincə, bu təmiz (xalis) məhsulun mənbəyi torpaqdır və kənd təsərrüfatı istehsalı ilə məşğul olan adamların ona əlavə etdiyi zəhmətdir. Sənayedə və iqtisadiyyatın digər sahələrində isə gəlirlərin xalis artımı baş vermir, ancaq bu məhsulun ilkin formasının dəyişməsi həyata keçirilir. Belə düşünərək, Kene sənayeni faydasız hesab edir. O, cəmiyyətin müxtəlif sosial qruplarının məhsuldar mahiyyəti haqqında irəli sürdüyü mövqedən çıxış edirdi.

Eyni zamanda Kene millətin üç sosial qrupdan ibarət olduğunu iddia etdi:

- *məhsuldar (kənd təsərrüfatı ilə məşğul olan şəxslər - fermerlər və kəndin muzzdlu fəhlələri);*
- *qeyri-məhsuldar (sənayedə məşğul olanlar və tacirlər);*
- *mülkiyyətçilər (rentanı alan şəxslər - torpaq sahibləri və kral).*

Cəmiyyətin fermerlərə, mülkiyyətçilərə və sənayeçilərə bölünməsi faktiki olaraq cəmiyyətin bölgüsünə (kəndlilərə, zadəganlara, şəhər əhəlisinə) uyğun olsa da, qeyd etmək vacibdir ki, Kene cəmiyyəti iqtisadi əsasda siniflərə, yəni hər bir sinfi əlavə məhsul istehsalına və mənimsənilməsinə münasibəti əsasında bölüşdürən ilk şəxslərdən biri idi.

Təmiz gəlir (təmiz məhsulun pul ifadəsi) haqqında öz təlimlərinə əsaslanaraq, Kene hesab edirdi ki, torpaq rentası vergitutmanın yeganə mənbəyi olmalıdır.

Fiziokratların fikrincə, əkinçilikdən kənar istehsal sahələrində, o cümlədən sənayedə, emal müəssisələrində istifadə olunan

məhsulların da ilk mənbəyi, elə təbiət və torpaqdır. Onlar göstəridilər ki, təsərrüfatın digər sahələrində, təbiətin və torpağın verdiyi məhsulların yalnız şəkli dəyişdirilə bilər, yeni məhsul yaradıla bilməz. Məhz buna görə də bütün diqqət torpağa və əkinçiliyə yönəldilməlidir. O dövrdə əsasən kəndli ölkəsi sayılan Fransada sərbəst sahibkarlıq və kapitalist münasibətlərinin yenidən formalaşmağa başladığını, habelə fəhlə sinfinin feodalizmin tərkibindəki manufaktura sənayesi səviyyəsində olduğunu nəzərə alsaq, fiziokratların belə bir mövqedən çıxış etmələri aydın olar.

İqtisad elmi sonrakı inkişafını A.Smit (1723-1790) və David Rikardonun (1723-1823) əsərlərində tapmışdır.

Adam Smit müasir iqtisadi nəzəriyyənin əsasını qoyanlardan biri olan şotland iqtisadçısı, filosof-etikdir. Onun əsas işi "Xalqların sərvətinin təbiəti və səbəbləri haqqında tədqiqat" (1776) əsəridir. Smitin kitabı beş hissədən ibarətdir. Birinci hissədə, o, dəyər və gəlir məsələlərini, ikinci hissədə kapitalın təbiətini və onun yığılmasını təhlil edir. Kitabın bu iki hissəsində A.Smit öz təlimlərinin əsaslarını təsvir etmişdi. Qalan hissələrdə feodalizm dövründə Avropa iqtisadiyyatının inkişafı və kapitalizmin formalaşması, iqtisadi fikir tarixi və dövlət maliyyəsi nəzərdən keçirilir [13, səh. 99-112]. ***A.Smit tərəfindən nəzərdən keçirilən əsas iqtisadi problemlər aşağıdakılardır:***

- ilk dəfə siyasi iqtisadın elm kimi ikiüzlü vəzifəsini müəyyən etmişdir: obyektiv iqtisadi reallığın təhlili, onun inkişaf qanunauyğunluqlarının aydınlaşdırılması ("pozitiv iqtisadiyyat") və firmanın, dövlətin iqtisadi siyasəti üçün tövsiyələrin hazırlanması ("normativ iqtisadiyyat");

- A.Smit qeyd etmişdir ki, cəmiyyətdə təbiət qanunları kimi iqtisadi qanunlar da fəaliyyət göstərir və onun inkişafını müəyyən edir;

- A.Smit hesab edirdi ki, "millətin sərvəti maddi istehsal məhsullarıdır. Əmək - sərvətin əsas mənbəyidir".

Sərvətin dəyəri aşağıdakı amillərdən asılıdır:

- birincisi, məhsuldar əməklə məşğul olan əhəlinin payından (Smit, məhsuldar əmək adı altında, maddi istehsal sahəsində

çalışan bütün işləri başa düşürdü);

- ikincisi, sərvətin dəyəri əmək məhsuldarlığından asılıdır.

A.Smit əmək məhsuldarlığının artmasının əsas amilini əməyin bölünməsi hesab edirdi, bunun sayəsində aşağıdakı proseslər baş verir:

* ayrı - ayrı fəhlələrin işçi çevikliyi və bacarığı artır;

* bir növ işdən digərinə keçid zamanı lazım olan vaxta qənaət edilir;

* istehsalın texniki təkmilləşdirilməsi, xüsusilə maşınların tətbiqi stimullaşdırılır;

* dəyərin iki konsepsiyası (qiymətlərin) irəli sürülür: *"əmək" dəyər konsepsiyası*: malın dəyəri onun payına düşən əmək (sadə əmtəə istehsalı zamanı) ilə müəyyən edilir; *"üçfaktorlu" dəyər konsepsiyası*: kapital və torpaq əməklə yanaşı, həmçinin dəyərin formalaşmasında (kapitalist istehsal şəraitində) iştirak edir.

Beləliklə, A.Smitin "dəyər nəzəriyyəsi" ikili xarakter daşıyır. O, yeni maddi məhsul yaradan əməyi məhsuldar əmək (maddi istehsal sahəsində bütün əmək); əgər əmək yaranan məhsuldar əməyin gəliri hesabına ödənilirsə, belə əməyi – qeyri-məhsuldar hesab edirdi. A.Smitin "məhsuldar əmək konsepsiyası" K.Marks tərəfindən dəstəklənmişdir.

Qeyri-istehsal əməyi onun istehlakı ilə üst-üstə düşən bir xidmətdir (ev qulluqçusunun əməyi).

A.Smitə görə, siniflər və gəlirlər

A.Smit üç əsas sinif ayırır: torpaq sahibləri, kapitalistlər və mizdlu işçilər. Siniflərin əsas gəlirləri (renta, mənfəət, əmək haqqı) ilk gəlirlər hesab edilir. Bütün başqa qrupların gəlirləri ikincili, yenidən bölüşdürülmüş gəlirlərdir. Mizdlu işçilər heç bir mülkiyyətə malik deyil və əmək haqqı üçün öz əməklərini satmağa məcburdurlar ("K.Marks sonradan, həqiqətən, alqı-satqı predmetinin işçi qüvvəsi olduğunu izah etdi").

Mizdlu əmək şəraitində əmək haqqının məbləği əmək bazasında onu əvəz edəcək uşaqların yaşayışı və tərbiyəsi üçün zəruri olan mövcudluq vasitələrinin dəyəri ilə müəyyən edilir. Smitin mənfəətə ikili yanaşması var. Bir tərəfdən mənfəət ödənilməmiş

əmək nəticəsində yaranır, digər tərəfdən isə bu əmək haqqı idarə etmə üzrə xüsusi əmək haqqıdır, mənfəətin ölçüləri kapital ölçüləri ilə müəyyən edilir. İqtisadi inkişaf mənfəət norması azalır, çünki kapitalın artması nəticəsində rəqabət güclənir.

Pulun yaranması ayrı-ayrı şəxsiyyətlərin ixtiraçılıq fəaliyyəti ilə bağlı deyildir. Uzunmüddətli inkişaf prosesi nəticəsində əmtə dünyasından kortəbii olaraq ayrılan pulun əsas funksiyası dövriyyə vasitəsidir. A.Smit qızılın və gümüşün məhdud miqdarda bank tədavi ilə buraxmalı olan kağız pulla əvəz edilməsini məqsəduyğun hesab edirdi.

Kreditə kapitalın artırılması vasitəsi kimi baxan Smit əsərlərində ona az diqqət yetirirdi. Pul-kredit amillərinin sərbəstliyini, onların istehsal əks təsirini qiymətləndirməmişdir.

Kapitalın toplanması

Kapitalın yığılması millətin sərvətinin açarıdır və onun toplanmasında sahibkarlara böyük rol ayrılır. Kapitalın birbaşa artma səbəbi sahibkarların qənaətcilliyidir.

Beynəlxalq ticarət prinsipləri

Beynəlxalq ticarət A.Smit tərəfindən ayrı-ayrı ölkələrdə istehsal xərclərinin mütləq səviyyələrində fərqlər üzərində qurulmuşdur. Onların istehsal xərcləri digər ölkələrə nisbətən aşağı olan, əvəzində öz mallarını təklif etməklə daha ucuz olduğu malları almaq lazımdır. Beynəlxalq ticarət ölkələr arasında azad ticarət prinsipi üzərində qurulmalıdır.

A.Smitin "iqtisadi insan" konsepsiyası

Hər bir insan öz təbiətinə görə egoistdir və hər şeydən əvvəl öz maraqlarını, öz vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasını rəhbər tutur. Ancaq bir şəxs öz maraqlarını yalnız digər insanlara xidmət göstərməklə, əmək və əmək məhsullarını təklif etməklə həyata keçirə bilər. Beləliklə, ictimai əmək bölgüsü əsasında ictimai istehsalın inkişafı, cəmiyyətin rifah halının yüksəlməsi baş verir. Ayrı-ayrı fərdin bu "təbii səyləri" iqtisadi tərəqqinin daim fəaliyyətdə olan stimuludur.

"Görünməyən əl" konsepsiyası

"Görünməyən əl" – insanların iradəsindən başqa fəaliyyət

göstərən obyektiv iqtisadi qanunların kortəbii hərəkətidir. "Görünməyən əl" şəxsi və ictimai maraqları tarazlaşdırır, şəxsi maraqları ictimai maraqların həllinə yönəldir.

"İqtisadi liberalizm prinsipi"

İqtisadi qanunlar hər bir sivil cəmiyyətdə obyektivdir, fəaliyyət göstərir. Onlar iqtisadi sistemdə təbii tarazlığı təmin edə bilirlər. Obyektiv iqtisadi qanunların tam fəaliyyət göstərməsinin əsas şərti azad rəqabətdir. Ona görə də dövlətin iqtisadiyyata müdaxiləsinin hərtərəfli məhdudlaşdırılması lazımdır.

A.Smit tərəfindən hazırlanmış vergitutma prinsipləri:

- ✓ ***"vergi gəlirə uyğun olmalıdır";***
- ✓ ***"verginin müəyyənliyi – ödəmə müddəti, ödəniş üsulu, məbləğdir";***
- ✓ ***"hər bir vergi elə bir zamanda və üsulla yığılmalıdır ki, bu qaydalar ödəyici üçün rahat olsun";***
- ✓ ***"vergi yığımının ucuzluğu";***

A.Smitin iqtisadi elmə töhfəsi

İqtisadi fəaliyyətin motivləri və stimulları, bazar mexanizminin əsas prinsipləri haqqında: "iqtisadi quruluş – yaradıcı zəkanın açılmalı olduğu bir sistemdir, hökmdar isə onu təsdiq edəndir", prinsipini düşünən fiziokratlardan fərqli olaraq, Smit nə ixtira etməyə, nə də təsərrüfat quruluşu yaratmağa ehtiyac olmadığını deyirdi. Belə bir iqtisadi, təsərrüfat quruluşu mövcuddur.

Alim bu quruluşun mexanizmini, tərkib elementlərini və əlaqələrini araşdırır və təsvir edir: Təsərrüfat mexanizminin əsasında "iqtisadi insan"durur və fəaliyyət göstərir. Öz xeyri üçün təqibdə, o, "görünməz əl" ilə istiqamətlənir, bu isə onun niyyətinə daxil deyil. Öz maraqlarını təqib edərək, insan ümumi faydaya kömək edir".

- Fərdlərin iqtisadi fəaliyyət azadlığına mane olmaq lazım deyil, onu ciddi reqlamentləşdirməyə ehtiyac yoxdur. Smit, dövlət tərəfindən həddindən artıq məhdudiyətlərin prototipi kimi çıxış edir, o, ticarət azadlığının, o cümlədən xarici ticarətin və fritrederçilik siyasətinin lehinə, proteksionizmə isə qarşı çıxırdı.

- "Dəyər və qiymət nəzəriyyələri" iqtisad elminin ümumi

nəzəri sistemində ilkin kateqoriyalar kimi nəzərdə tutulmuşdur. A.Smitin əsas işi-problemlərin çoxplanlılığı, sistemləşdirilməsi bir tərəfdən; realizm, bir çox müddələrin praktiki əhəmiyyəti isə digər tərəfdən fərqlənir.

David Rikardonun əsas əsəri isə “Siyasi iqtisad və vergiqoymanın əsasları”dı (1809-1817). O, dəyərin yeganə mənbəyinin əmək olduğunu və məhz onun müxtəlif siniflərin gəlirlərinin əsasında durduğunu qeyd etmişdir. D.Rikardonun mühüm xidməti siyasi iqtisadın kateqoriyalarını əmək-dəyər sistemi əsasında qurmağa cəhd etməsidir. Klassik siyasi iqtisadın sonrakı ardıcılıarı C.Mill, N.Senyor, T.Maltus və başqaları olmuşdur. Onlar dəyər nəzəriyyəsindən tələb və təklif nəzəriyyəsinə keçidi həyata keçirmişdilər.

Dünya iqtisadi fikrinin təkamülünün müəyyən mərhələsi İsveçrə iqtisadçısı Sismondinin adı ilə bağlıdır. O, "Siyasi iqtisadın yeni əsasları" əsərində (1819) kapitalizm cəmiyyətini tənqid etmişdir. Onun təliminin əsasında istehsal və istehlakın dayandığı bölgü dururdu.

Utopik sosialistlər – A.Sensimon (1760-1825), R.Ouen (1771-1858), Ş.Furye (1772-1837) və T.Kampanella (1758-1839) yeni cəmiyyət ideyasını irəli sürürdülər. Onlar kapitalizmin tənqidi və istehsal münasibətlərinin dəyişdirilməsi, şəxsi mülkiyyətin ləğv edilməsi, - ictimai ədalət sisteminin qurulması və s. tələblərlə çıxış edirdilər.

*Klassik siyasi iqtisad məktəbinin ən yüksək nailiyyətlərinə əsaslanaraq **Karl Marks** (1818-1883) və **Fredrix Engels** (1820-1895) marksizm adını alan ümumiləşdirilmiş nəzəriyyə yaratdılar. **Marksizm** nəzəriyyəsi iqtisadi nəzəriyyədə kapitalist cəmiyyətinin inkişaf qanunlarının və sosializm konsepsiyasının yeni iqtisadi sistem kimi hərtərəfli tədqiqidir. İstehsal vasitələri üzərində xüsusi mülkiyyətin olmadığı cəmiyyət qurmaq cəhdi **Karl Marksın** adı ilə bağlıdır [13, səh. 156-178]. Onun əsas əsəri “Kapital” (1867) hesab olunur. Bu əsərdə Marks ictimai-iqtisadi formasiyalar və onları təşkil edən elementlər, kapitalizmin inkişaf qanunları və onun daxili ziddiyyətləri, təkrar istehsal və böhranlar nəzəriyyəsi, əmtəədə maddiləşmiş əməyin ikili təbiəti və izafi dəyər təlimləri,*

mütləq rentanın mahiyyəti və s. məsələləri tədqiq etmişdir. Marksizmdə əsas diqqət siniflərin antaqonizminə yönəldilmişdir. Qeyd etmək lazımdır ki, marksizm tarixin materialist nöqtəyindən nəzərdən izah edilməsinə əsaslanır. Marksizm cəmiyyətdə baş - verən dəyişiklikləri cəmiyyətin iki sosial sinfinin mübarizəsi kimi qəbul edirdi: *kasıblar və varlılar sinfini*. Mövcud kapitalizm quruluşunu marksizm proletariatu istismar edən sistem hesab edirdi.

XIX əsrin ikinci yarısında marjinalizm nəzəriyyəsi formalaşmışdır. Marjinalizmin əsas ideyası firmanın, sənayenin, xalq təsərrüfatının miqyasında iqtisadi sistemin qarşılıqlı təsirləri kimi marjinal iqtisadi dəyərlərin araşdırılmasıdır. Yeni təlimin mərkəzində subyekt və onun ehtiyacları var idi. Marjinalistlərin sələfləri olmuş: İohann fon Tyunen (1783-1850) son məhsuldarlıq nəzəriyyəsinə işləyib hazırlamış; Antuan Ogüsten Kurno (1801-1877) "Sərvət nəzəriyyəsinin riyazi əsasları" kitabını yazmış, Jül Düpüi ictimai xidmətlərin faydalılığının ölçülməsi problemi ilə məşğul olmuş; Qerman Qossen (1810-1858) son faydalılıq qanunlarını formalaşdırmışdı.

Marjinalist inqilabı iki mərhələdə baş verdi. Birinci mərhələ XIX əsrin 70-80-ci illərini əhatə edir, ikinci mərhələ (XIX əsrin 90-cı illəri) neoklassik məktəb adını almışdır.

Marjinalizmin nümayəndələri aşağıdakılardır: Fridrix fon Vizer (1851-1926), Eygen fon Bem-Baverk (1851-1914), Uilyam Stenli Cevons (1835-1882), Frensis Ecuort (1845-1926), Leon Valras (1834-1910), Vilfredo Pareto (1848-1923), Con Beyts Klark (1847-1910).

Marjinal inqilabın mahiyyəti aşağıdakı məsələlərdən ibarət idi:

1. *Analiz metodlarında çevriliş həyata keçirilib. Analizdəki ağırlıq mərkəzi, xərclərdən son nəticələrə köçürüldü. İqtisadi nəzəriyyə üçün başlanğıc nöqtəsi kimi fərdlərin iqtisadi davranışının subyektiv motivasiyası qəbul edilmişdir. İqtisadi elmə son hədd prinsipi ilk dəfə daxil edilmişdir. Son hədd təhlilləri həyata keçirilməyə başlandı.*

2. *Həll olunacaq məsələlərin qoyuluşu dəyişdi. Marjina-*

listlər, göstəricilərin dəyişə bilməyəcəyi qısamüddətli dövrlər üçün xarakterik olan statik vəzifələrə diqqət yetirirdilər. Bu zaman ehtiyacların ödənilməsi üçün resurslardan istifadənin müxtəlif üsulları təhlil edilmişdir.

3. *Dəyər nəzəriyyəsində inqilab baş verdi.* Klassik yanaşma, yəni dəyərin əmək xərclərinə və ya digər amillərə uyğunlaşdırılması rədd edilir, dəyər müəyyən dərəcədə faydalı təsiri, yəni tələbatların ödənilməsi ilə müəyyənləşdirilir.

Marjinalizm iqtisadi hadisələri və prosesləri təhlil edərkən müəyyən metod və modellərdən istifadə edirdilər. Əsasən bu təhlil riyazi metod və modellərdən istifadəni nəzərdə tutur.

Avstriyanın marjinalizm məktəbi ən qədim neoklassik istiqamətdir.

Avstriya marjinalizm məktəbinin əsas müddəaları aşağıdakılardır:

- ❖ *dəyərin əmək nəzəriyyəsində bu məktəbin diqqəti istehlak dəyərinə, faydalılığa yönəlib;*
- ❖ *məktəb nümayəndələri qiymətin əmələ gəlməsinin, formalaşmasının əsasını müəyyənləşdirərək, subyektiv faydalılıq (dəyərlər) anlayışını iqtisadi elmə daxil etmişlər. Subyektiv faydalılıq – bu əşyanın həmin insan üçün əhəmiyyətini müəyyən edir;*
- ❖ *"qiymət" və "əmtə" klassik siyasi iqtisadiyyat terminlərini "dəyər" və "iqtisadi fayda" ilə əvəz etdilər;*
- ❖ *monizm prinsipinin tətbiqi – qiymətinin vahid əsası kimi "faydalılıq" tanındı.*

Bu məktəbin mənfi tərəfi nəzəriyyənin təcrübə ilə əlaqəsinin olmamasıdır.

Karl Menger (1840-1921) – Avstriya Marjinalizm məktəbinin banisi, Vyana Universitetinin "Siyasi iqtisad" kafedrasının professoru olmuşdur. O, 1871-ci ildə "Siyasi iqtisadın əsasları" kitabını nəşr etmiş, burada insanın fizioloji tarazlığının pozulmasını arzu və istəklərin təmin olunmamasının nəticəsi kimi araşdırmışdır.

K.Mengerin tədqiqat metodologiyası mikroiqtisadi təhlilə

endrilir. "Siyasi iqtisadın əsasları"nın müəllifi hesab edirdi ki, iqtisadi prosesləri öyrənmək lazımdır"... onların səbəbli əlaqələri və idarə etdikləri qanunlar vasitəsilə". O, nemətlərin iqtisadi xarakterinin meyarını nemətlərə və nemətlərin miqdarına ehtiyac arasındakı münasibətdən müəyyən edirdi.

Menger metodologiyasının klassik metodla oxşarlığı riyazi metodlardan istifadə olunmamasında özünü göstərmişdir.

"Azalmaqda olan faydalılıq prinsipi" iddia edir ki, istənilən nemətin dəyəri son ehtiyat vahidinin malik olduğu ən kiçik faydalılıq ilə müəyyən edilir. Bu kiçik faydalılıq nemətlərin miqdarının (obyektiv amil) nisbətindən və fərdin istehlakının intensivliyindən (subyektiv amil) asılıdır. Buna görə də, hər bir əlavə faydalılıq vahidi daha az dəyər qazandırır.

Maddi nemətlərin dəyəri konkret insanın ehtiyaclarının miqyası üzrə müəyyən edilir.

K.Menger iqtisadi nemətlərin bölgüsünü "Mengerin xüsusi şkalasında"aparırdı. Bu bölgü xüsusi izah etmək cəhdidir. Hər bir nemətin bu şkalada xüsusi yerini və "doyma" dərəcəsini (qida maddələri, geyim, ayaqqabı, yanacaq, bəzək əşyaları və s.) və hər nemətin (hər vahidə görə) konkret faydasını (məsələn, çörəyin birinci, ikinci, üçüncü və s. kiloqramı; birinci, ikinci, üçüncü və s. ayaqqabının cütünü) K.Menger qeyd edirdi .

Birinci dərəcəli nemətlər – insanın bilavasitə təmin edilməsini həyata keçirən vacib nemətlərdir. Daha yüksək dərəcəli nemətlər istehlak nemətlərinin istehsalı üçün istifadə olunanlardır. Bu istifadənin nəticəsi olaraq, istehlak malları onlara satılan istehsal resurslarına dəyər verir.

Daha yüksək dərəcəli nemətlər – istehsal vasitələri kimi çıxış edir. K.Menger sonunculara "kapitaldan istifadə və sahibkarların fəaliyyəti"ni də aid edirdi. O, F.Vizerin ideyaları əsasında C.B.Klark tərəfindən riyazi cəhətdən işlənib hazırlanmış "dəyişiklik nəzəriyyəsi"ni irəli sürmüşdür.

Mübadilə o zaman yaranır ki, bir subyektin nemətləri onun üçün daha arzuolunmazdır, nəinki digər fərdin nemətləri. Sonuncunun öz mallarına eyni münasibəti var. Onlar üçün mübadilə qarşı-

lıqlı faydalıdır, lakin qeyri-ekvivalentdir. Mengerə görə, fayda ilə yanaşı, mübadilə – "mövcud mübadilə münasibətindən əldə edilə bilən iqtisadi faydanın bir hissəsini" alan iqtisadi qurbanıdır.

K.Menger ticarətçiləri torpaq sahibləri və fabrikantlar kimi istehsalçılara aid edir, çünki onlar insan tələbatının daha tam ödənilməsinə imkan yaradır, yəni onların fəaliyyəti istənilən təsərrüfatın məqsədlərinə uyğundur. Alınan nemət mübadiləsinin mütənəsibliyi onların "son hədd faydalılığının" nisbəti ilə müəyyən edilir.

2.3. İqtisadi fikrin müasir istiqamətləri

Müasir iqtisadi fikrin istiqamətlərinə aşağıdakılar aiddir:

- *Neoklassik;*
- *Keynsçilik;*
- *İnstitusional-sosioloji* [11, səh. 51-70].

Neoklassik istiqamət

İqtisadi nəzəriyyənin neoklassik tipinin tarixi üç mərhələdən ibarətdir:

- **1890-cı ildən 1930-cu ilə qədər - "köhnə" neoklassika;**
- **1930-cu ildən 1960-cı ilə qədər - "müxalifət" neoklassikası;**
- **1970-ci ildən bu günə qədər müasir neoklassika.**

"Köhnə" neoklassika dövrü üçün aşağıdakı əsasnamə səciyyəvidir: bazar iqtisadiyyatının təhlil olunduğu bütün nəzəriyyələrin əsasını qiymətin əmələ gəlmə prinsiplərini izah edən müəyyən konsepsiya təşkil edir. Neoklassik konsepsiyanın formalaşması inkişaf etdirilən klassik siyasi iqtisadın "əməyin dəyəri nəzəriyyəsinin" və marjinal nəzəriyyə üzrə "son faydalılığın" birləşdirilməsi ilə şərtlənir. "Böyük Depressiya" dövründə – 1929-cu ildən 1933-cü ilədək neoklassik nəzəriyyə güclü şəkildə gözdən salındı, "Keynsçilik inqilabı" ilə nəticələnən yeni doktrinaların işlənməsinə başlandı. "Keynsçilik ideyaları" "müxalifət" neoklassikası dövründə ictimai cəhətdən tanınmışdır, lakin bu illərdə iqtisadi liberalizmin görkəmli müdafiəçiləri qeyri-klassik tipli iqtisadi nəzəriyyə

yənin Avstriyadakı məktəbinə aid olan Ludoviq fon Mizes və Fridrix fon Hayek idi. Müasir neoklassika dövründə elmi-texniki inqilab dövrü başlanır. Bu zaman neoklassik istiqamətin nümayəndələri bazar təsərrüfatçılıq sisteminin ideal xarakteri olmasa da, iqtisadi sistemlərin digər növləri üzərində üstünlüyünü sübut etməyə çalışırlar. Müasir neoklassik istiqamət bir-biri ilə rəqabət aparan bir çox istiqamətlərin məcmusudur.

Neoklassik iqtisadi nəzəriyyənin mahiyyəti:

Kapitalizmin daxili ziddiyyətlərinin inkişafı XIX əsrin sonlarında iqtisadi və sosial xarakterli monopoliyaların yaranması və iqtisadi inkişafa fəal dövlət müdaxiləsi ilə səciyyələnən mərhələnin başlanmasına təkan verdi. Bu mərhələnin şərhə müxtəlif iqtisadi istiqamətlərin nümayəndələrində birmənalı xarakter daşıyırdı. Marksist siyasi iqtisad bu mərhələni imperializm ilə əlaqələndirirdi, digər Qərb alimləri onu " korporativ", " xalq", " sənaye cəmiyyəti", " istehlak cəmiyyəti" adlandırırdılar. İngilis iqtisadçısı, neoklassik istiqamətin banisi, "Kembric məktəbi" nin rəhbəri Alfred Marşall "İqtisad elminin prinsipləri" adlı kitabında baxılan iqtisad elminə "neoklassik" adını vermişdir. Marşallın fikrincə, iqtisadi tədqiqatlar gündəlik məntiq təcrübəsinin nəticəsi, bazar agentlərinin davranışının elmi xarakterinin və rəşional düşüncəsinin ümumiləşdirilməsi olmalıdır.

Beləliklə, iqtisadiyyat dedikdə, istehsal proseslərində, məhdud xidmət və nemətlərin bölüşdürülməsi və istehlakı proseslərində insanların davranışlarının tədqiqi, həmçinin bu resursların daha səmərəli istifadə üsullarının öyrənilməsi ilə məşğul olan elm başa düşülür. Neoklassik tipli iqtisadi nəzəriyyənin tədqiqinin məqsədi işçi qüvvəsinin satıcısı, istehlakçısı və ya sahibkarı olan, maksimum gəlir əldə etməyə, mümkün məsrəfləri və səyləri minimuma endirməyə çalışan "iqtisadi" insan davranışdır. İqtisadi fikrin neoklassik istiqamətinin tərəfdarları, təhlilin əsas kateqoriyasını, əməyin dəyəri nəzəriyyəsinə qarşı qoyulan "son hədd faydalılığının" olduğunu vurğulayırlar. Bu halda malın dəyəri az zəruri olan nemətin faydalılığı, yəni son faydalılığı ilə müəyyən edilir. İngilis iqtisadçıları A.Marşall və A.Pigu tərəfindən neo-klassik

nəzəriyyə inkişaf etmişdir. Birincisi, tələbin elastikliyini və tarazlıq qiymətini təyin etdi, qiymət nəzəriyyəsinin inkişafı ilə məşğul oldu, burada dəyər müxtəlif amillərə görə xərclərdən asılıdır: torpaq, əmək və kapital. Marşallın baxışlarına görə, alıcının mal və ya xidmət ala biləcəyi qiymətin müəyyən edilməsi onların faydalılığının dərəcəsindən, satıcının təyin etdiyi qiymət isə istehsal xərclərindən asılıdır. Malların alınması prosesi satıcı və alıcı arasında qarşılıqlı kompromis ilə xarakterizə olunur, bu zaman tələb və təklif qanunu qəbul edilir.

İqtisadi nəzəriyyənin neoklassik istiqamətinin bütün nümayəndələri iqtisad elminin normativ xarakterinə əsaslanırdılar, yəni iqtisadi siyasətin müddələrinin, praktiki tədbirlərin və əsaslandırılmış tövsiyələrin işlənilməsinə istiqamətlənməli idi. Neoklassik iqtisadi nəzəriyyənin nümayəndələri üçün diqqət mərkəzində satıcılar və istehlakçıların maksimum rifah səviyyəsinə can atdıqları şəraitin təhlili idi. A.Marşall tərəfindən edilən nəticələr göstərir ki, bu cür maksimuma yalnız sərbəst rəqabət və balanslaşdırılmış, tarazlaşdırılmış bazar vəziyyətində çatmaq mümkündür. Neoklassiklər tərəfindən yaradılmış analiz alətləri bu gün dünya iqtisadiyyat elmində əsas alətlərdir. Bunlara aşağıdakılar daxildir: tələbin elastikliyi; firmanın nəzəriyyəsində istehsalda daxili və xarici qənaətin tədqiqi; son analiz; bazarların qarşılıqlı asılılığı və s.

Con Beyts Klark (1847-1938) – Kolumbiya Universitetinin professoru, ABŞ-ın marjinalizm məktəbinin banisidir. ABŞ-da Rod Aylend ştatının Providense şəhərində anadan olub. C.B.Klark əvvəlcə Amherst Kollecinə, sonra isə Avropanın Heydelberq və Sürix universitetlərində təhsil alıb. ABŞ-a qayıtdıqdan sonra müəllimlik fəaliyyəti ilə məşğul olmağa başlayıb. Onun tələbələr arasında sonradan tanınmış iqtisadçı olan T.Veblen olmuşdur.

1893-dan 1895-ə qədər C.B.Klark Amerika İqtisadi Assosiasiyasının prezidenti olub.

Onun bir sıra elmi əsərləri arasında "Sərvətin fəlsəfəsi" (1886) və "Sərvətin bölüşdürülməsi" (1899) əsərlərini qeyd edə bilərik.

C.B.Klark iqtisadiyyat elmini üç sahəyə bölüb:

- *universal iqtisadiyyat* - istehsal fəaliyyətinin ümumi qanunlarının, o cümlədən son faydalılıq, əmək və kapital məhsuldarlığının azalması, əhalinin məskunlaşması qanunlarının tədqiqi;

- *sosial-iqtisadi statika* – inkişaf prosesi nəzərə alınmadan cəmiyyətin tarazlıq vəziyyətinin öyrənilməsi;

- *sosial-iqtisadi dinamika* – zamandakı iqtisadi proseslərin və hadisələrin dəyişikliyinə nəzərdən keçirilməsi, burada dinamik proses yalnız xarici təsirin nəticəsi kimi öyrənilir.

Məhdud məhsuldarlıq nəzəriyyəsinə C.B.Klark istehsalın hər bir amilinin (torpaq, əmək, kapital) müvafiq məhsuldarlığa malik olduğunu bildirir və bu amillərin mülkiyyətçiləri payını aldığı gəliri yaradır. Bu vəziyyət kapitalist cəmiyyətin mövcudluğunun ədalətliyinə bəraət qazandırır.

C.B.Klark "məhsuldarlığın azaldılması" qanununu formalaşdırıb. O, torpağın məhsuldarlığını azaldan universal qanunun şərhinə əsaslanır və belə səslənir: əgər heç olmasa bir istehsal amili dəyişməz qalarsa, qalan amillərin əlavə artımı daha az məhsul verəcək; yəni istehsal prosesində əmək və kapitalın azalan məhsuldarlığı müşahidə olunur. Buna əsaslanaraq, C.B.Klark, həmçinin "Klark qanununu" formalaşdırıb, bu qanuna görə, məhsulun qiyməti (dəyəri) onun xüsusiyyətlərinin son faydalılığının məbləği ilə müəyyən edilir.

Klarka görə, əmək haqqı müəyyən fəhlələrin "əməyin son məhsuldarlığı" ilə müəyyən edilir. Sonuncu dedikdə, "laqeydlik zonası"na aid olan fəhlənin əməyinin məhsuldarlığı başa düşülür. Başqa sözlə, kapitalın yatırımlarının dəyişməz səviyyəsində bir limit mövcuddur ("etinasızlıq zonası"), o zaman işə götürülən fəhlələrin sonuncusu, hətta özünə verilən məhsulların miqdarını belə, təmin edə bilmir. Bundan əlavə, işçilərin sayının artması hər bir yeni işçinin əmək məhsuldarlığının azalmasına gətirib çıxarır. Buradan C.B. Klark əmək haqqının məbləğinin əmək məhsuldarlığından və işçilərin məşğulluq səviyyəsindən asılı olduğu qənaətinə gəldi. İşçilərin sayı nə qədər çox olarsa, əmək məhsuldarlığı və əmək haqqının məbləği bir o qədər aşağı olacaq.

Vilfredo Pareto (1848-1923) – italyan iqtisadçısı və sosiolo-

qu, L.Valrasın tələbəsi (onun ideyalarını inkişaf etdirmiş), riyaziyyat məktəbinin burjua siyasi iqtisadçısı; 1893-1906-cı illərdə Lozanna Universitetinin siyasi iqtisad professoru olmuşdur. Pareto marksizmin və inqilabi hərəkatın rəqibi idi.

Pareto hesab edirdi ki, siyasi iqtisad insanların tələbatları ilə onların təmin edilməsinin məhdud vasitələri arasında tarazlıq yaradan mexanizmi öyrənməlidir ki, bunun üçün riyazi analiz metodunun tətbiqi zəruridir. Bundan başqa, o, qiymət də daxil olmaqla, bütün iqtisadi amillərin qarşılıqlı asılılığı konsepsiyasını nəzəri və riyazi əsaslandırmağa çalışırdı. Pareto L.Valrasın ümumi iqtisadi tarazlıq nəzəriyyəsini təkmilləşdirməyə çalışırdı. Sonuncudan fərqli olaraq, o, zamanla bir sıra tarazlıq vəziyyətlərinə baxırdı; həmçinin məhsulun buraxılış həcmindən asılı olaraq istehsal funksiyası əmsallarının dəyişməsinə imkan verirdi. "Siyasi iqtisad kursu"nda (1896) qeyd olunan gəlirlərin bölüşdürülməsi haqqında "Pareto qanunu" geniş şöhrət qazanmışdır. Qanunun mahiyyəti gəlirin məbləği ilə onu alan şəxslərin əhali arasında davamlı asılılığının mövcudluğundan ibarətdir. Bununla Pareto sübut etmək istəyirdi ki, gəlirin paylanması bütün dövrlərdə və bütün ölkələrdə dəyişməz olaraq qalır.

Pareto rifah nəzəriyyəsinin ilkin müddəalarını inkişaf etdirmişdir. Onun fikrincə, rifahın yüksəkliyinə nail olmaq mükəmməl rəqabəti təmin edir. Bu nəzəriyyənin mövzusu iqtisadi optimumun təsviri və dövlətin iqtisadi siyasətinin tövsiyələrinin hazırlanmasıdır.

Pareto tarazlıq meyarlarını (sonradan "Pareto optimumu" adını almış resursların ən yaxşı paylanma meyarlarını) dəqiq ifadə etmişdir: əgər iqtisadi prosesin hər hansı iştirakçısının vəziyyətini yaxşılaşdırmaq mümkün deyilsə, ehtiyatların bölüşdürülməsi optimal sayılır, eyni zamanda heç olmasa, qalanlarından birinin rifahını aşağı salmamalıdır. Paretonun sözlərinə görə, iqtisadi nikbinlik hamının razılığını alan qiymət konfigurasiyasıdır; bu zaman qiymətlərin hər hansı digər konfigurasiyası kiminsə vəziyyətini yaxşılaşdırma bilər, lakin bu yalnız başqasının vəziyyətinin pisləşməsi hesabına olacaqdır.

"Pareto optimumu" iqtisadi sistemin fəaliyyətinin effektivliyinin (optimallığının) nisbi meyarıdır, hansı ki, aşağıdakı prinsipdə optimallığın vəziyyətini konkretləşdirir: bu vəziyyətə nail olmaqdır – hansı ki, heç kəs öz mövqeyini kiminsə vəziyyətini eyni zamanda pisləşdirmədən yaxşılaşdırma bilməz. "Pareto optimumu" nun bu tərifini istehlaka aiddir. İqtisadi tarazlığın təmin edilməsi nikbinliyə nail olmaq üçün zəruri şərtədir. Ancaq daha əhəmiyyətli – V.Pareto istehsalat münasibətində optimumun müəyyən edilməsini belə hesab edirdi: bu istehsalat resurslarında və texnikada istehsalın müəyyən strukturu, onun yavaşmasına görə, bir nemətin istehsalının artırılması eyni zamanda hər hansı digər nemətin istehsalını azaltmadan mümkün olmayanda optimal olur. Bu optimal vəziyyət o zaman yaranır ki, onların tətbiqi üzrə bütün variantlarda istehsal amillərinin son məhsuldarlığı bərabər olur.

Paretoya görə, optimallığın təmin edilməsinin üç şərti var:

- * istehlakçılar arasında nemətlərin optimal paylanması iki nemətin əvəzlənməsinin limit normasına görə hər iki istehlakçı üçün eyni olan şərtlərə riayət etməkdən irəli gəlir;
- * istehsalda resursların optimal paylanması;
- * optimal istehsal həcmi.

Bundan başqa, faydalılığın qiymətləndirilməsi üçün V.Pareto daha müasir və real ordinalist yanaşmasını təklif etmişdir. O, son hədd faydalılıq dərəcələrinin mütləq ölçülməsinin mümkünsüzlüyü haqqında əsasnamə irəli sürmüşdür.

Pareto, həmçinin "80/20 qaydası" (prinsip, qanun) işləyib hazırlamışdır ki, burada göstərilən səylərin 20%-i nəticənin 80%-ni verir, qalan 80%-i isə səylərin yalnız 20%-ni nəticəyə əlavə edir. Pareto nisbəti müəyyən işlərin həyata keçirilməsi üçün vaxt sərfi ilə bağlı tətbiq edilmişdir: planın yerinə yetirilməsi üçün vaxt xərcləri: əməyin 20%-i nəticənin 80%-ni həyata keçirir, lakin nəticənin qalan 20%-i ümumi xərclərin 80%-ni əhatə edir.

Bununla yanaşı, Pareto qanununun aşağıdakı interpretasiyaları da mövcuddur:

- məhsul çeşidinin 20%-i satış həcmının 80%-ni verir;
- alıcıların 20%-i mənfəətin 80%-ni verir;

- satış menecerlərinin 20%-i satışların 80%-ni təmin edir;
- işinizi idarə etməyə sərf etdiyiniz vaxtın 20%-i ərzində işlərinizin 80%-ni yerinə yetirə bilərsiniz;
- investisiya portfelini formalaşdıran investor gəlirin 80%-ni investisiya portfelini formalaşdıran pulların cəmi 20%-dən alır.

Bundan başqa, Pareto iqtisadi böhranlar, rentalar, pul və faiz problemləri ilə də məşğul olmuşdur.

Pareto böhran ilə əlaqədar hesab edirdi ki, o, daxili iqtisadiyyata xas olan irəliləyişlərdən yararır. Məhsulun əhəmiyyətli hissəsinin emal mərhələsində olması səbəbindən ölkə iqtisadiyyatında daxili amil formalaşır ki, bu da gələcək artımı məhdudlaşdırır. Deməli, böhran təsadüfi hal deyil.

Rentanı Pareto mövcud resursların optimal yerləşdirilməsinə çoxsaylı maneələr yaradan artıqlıq kimi müəyyən etmişdir. Eyni zamanda, bu tərifin bulanıqlığını qeyd etmək lazımdır, çünki bu, yalnız torpağa deyil, istənilən istehsal amilinə də tətbiq edilə bilər.

Pareto faizi kapitalın yaranması hesab edirdi. Faiz ölçüsü qiymətlərin ümumi tarazlığının mexanizmi ilə müəyyən edilir.

Pareto pul sahəsində yalnız onların son faydalılığının kateqoriyasını nəzərdən keçirdi və onu "numeraire" (dəyər ölçüləri, şərti hesablama vahidi) kimi istifadə olunan məhsulun son hədd faydalılığını müəyyən etdi.

Pareto, inancına görə, həddindən artıq liberal olmasına baxmayaraq, proteksionist tariflərinin dəyərini müdafiə etdi, çünki sönuncular elit qruplarını dəyişdirməyi asanlaşdırmışdı.

Pareto beynəlxalq ticarət nəzəriyyəsi sahəsində ixrac dəyərinə dolayı təsir göstərən amilləri nəzərdən keçirmişdir. Bu xərclər milli resursların ixraca istiqamətlənmiş məhsulların buraxılmasının köçürülməsi ilə bağlıdır.

Neoliberalizm A.Smitin klassik siyasi iqtisad prinsipinə əsaslanaraq dövlətin iqtisadiyyata məhdud müdaxiləsinin tərəfdarı kimi çıxış etmişdir. Bu nəzəriyyəyə görə, sahibkarlıq iqtisadiyyatı böhrandan çıxarmağa və onu dirçəltməyə qadirdir. *Onun ən görkəmli nümayəndələri L.Mizes (1891-1973) və F.Hayekdir.*

Sonralar AFR-in dövlət və siyasi xadimi L.Erxard (1897-1977) neoliberalizm nəzəriyyəsinə əsaslanaraq özünün sosial yönümlü bazar iqtisadiyyatı nəzəriyyəsini yaratmışdır.

Neoliberalizmin metodoloji cəhətdən əsas olduğu və müasir neoliberal siyasətin əsaslandığı iqtisadi yanaşmalar: monetarizm, təklifin iqtisadi nəzəriyyəsi, rəşional gözləntilər nəzəriyyəsi idi.

Monetarizmin əsas fikri – pulun kəmiyyət nəzəriyyəsinə əsaslanır. Onun şərtləri: dövriyyədə olan pulun miqdarı avtonom müəyyən edilir; pulun tədavül sürəti sərt şəkildə qeydə alınır; pulun miqdarının dəyişməsi bütün malların qiymətlərinə eyni və mexaniki təsir göstərir; pul sahəsinin real təkrar istehsal prosesinə təsiri istisna edilir. Buna görə də, digər bərabər şərtlər altında pula tələbat (əhalinin istədiyi pul ehtiyatı) Keyns modelindən fərqli olaraq, nominal milli məhsulun sabit payıdır, pul təklifinin artımı isə məcmu tələbata və məcmu təklifə əhəmiyyətli təsir göstərir.

Neoliberalizmin ən məşhur nümayəndəsi Çikaqo Universitetinin professoru *Milton Fridmendir (1912-2006)*. Onun əsas əsəri "Pulun kəmiyyət nəzəriyyəsi sahəsində tədqiqat" (1956), pul dövriyyəsi nəzəriyyəsi və təcrübəsinə həsr olunmuşdur. Fridmen qiymətlərin üç funksiyasını təhlil etmişdir: *informasiya, stimullaşdırıcı, paylayıcı*. O, belə nəticə çıxarmışdır ki, qiymətləri planlı sosialist iqtisadiyyatında sosial məqsədləri reallaşdırmağa təşviq etmək cəhdləri absurddur, çünki onların son funksiyasını başqalarından ayırmaq olmaz, qiymətlər yalnız bundan sonra həvəsləndirici motivlər bildirir ki, gəlirlərin bölüşdürülməsində iştirak edirlər. Fridman pul dövriyyəsinin sürətinin sabitliyi ilə pul tələbinin sabit funksiyasının axtarışını araşdırmışdır.

Monetarizm belə bir müddəadan irəli gəlir ki, bazar mexanizmi iqtisadiyyatın sabit inkişafını təmin etmək iqtidarındadır: fiskal siyasət səmərəsizdir, çünki özəl investisiyaları istehsaldan çıxarır, kredit-pul siyasətindən istifadə isə onun iqtisadiyyata real təsirinin gözlənilməzliyi ilə əlaqədar istehsalın sabitləşməsini gücləndirə bilər.

1976-cı ildə iqtisadiyyat üzrə Nobel mükafatı alan Çikaqo

məktəbinin başçısı M.Fridmen qeyd edir ki, bizim adət etdiyimiz pul kəmiyyəti nəzəriyyəsi indi monetarizm adlanır. M.Fridmenə görə, böyük iqtisadi təlatümlər pul siyasətinin nəticələri ilə izah olunur. Ona görə dövlət iqtisadiyyata az və ehtiyatla müdaxilə etməlidir.

Neoklassik nəzəriyyə istehlakçıların və firmaların gələn məlumatlara reaksiyasına çox diqqət yetirmişdir, çünki onlar tez-tez hadisələrin baş verməsini gözləmədən və hökumətlər və iqtisadi məsləhətçilər tərəfindən nəzərdə tutulmayan bir şəkildə hərəkət edirlər. Bu problem "rasional gözləntilər" nəzəriyyəsinin mərkəzindədir. Çikaqo Universitetinin aparıcı nəzəriyyəçisi 1995-ci il Nobel mükafatı laureatı, *Robert Lukas* idi. Onun "İqtisadi dövrdə tarazlıq modeli" (1975) əsərində makroiqtisadi təhlilin dəyişməsinə və onun anlaşılmasının dərinləşməsinə gətirib çıxaran rasional gözləntilərin hipotezi işlənib hazırlanmışdır. Lukasın əsas nəzəri mövqeyi: istehlakçılara və sahibkarlara yalnız makro-tənzimləyici obyektlər kimi baxmaq olmaz, onlar məlumat alır, bu məlumatları emal edir, qiymətləndirir, bunların əsasında təhsil alırlar. Lukas hesablama, analitik, iqtisadi, ekonometrik və statistik metodikaların, nizamsız görünən alət və mexanizmlərin bütün bolluğunu və müxtəlifliyini ümumiləşdirmiş, sistemləşdirmiş və təsnifləşdirmiş, dinamik inkişaf edən iqtisadiyyatın təhlilinə daxil etmişdir.

Monetarist yanaşmadan sonra təklifə artım faktoru kimi üstünlük verən və monetarizmlə sıx bağlı olan "təklifin iqtisadi konsepsiyası" inkişaf etmişdir. Onun ən məşhur araşdırıcısı amerikalı *Artur Laffer* idi. Təklif nəzəriyyəsinin əsas postulatı: bazar, təbii olaraq, insanların iqtisadi fəaliyyəti ilə qarşılıqlı əlaqə və mübadilə sistemi kimi, istehsalın təşkilinin yeganə "normal" üsuludur. Buna görə də, təsərrüfat fəaliyyəti iştirakçılarının təşəbbüsünü və enerjisini birləşdirən səmərəliliyin azaldılmasına aparan dövlət tənzimlənməsi minimuma endirilməli və ya ümumiyyətlə, ləğv edilməlidir. İqtisadi nöqtəyi-nəzərdən inflyasiyanın səbəbi yüksək vergi dərəcələri və xərclərin artmasına səbəb olan dövlətin siyasətidir. Təklif nəzəriyyəsinin ən məşhur hissəsi investisiyaların stimullaşdırılması üçün vergilərin azaldılması proqramıdır. Vergi

yükünün artımı büdcə kəsirlərini yaradır, iqtisadi artıma mane olur. Sahibkarlar üçün vergilərin azaldılması onların gəlirlərini və əmanətlərini artıracaq; nəticədə yığımlar artacaq, faiz dərəcəsinin səviyyəsi azalacaq. Əmək haqqına vergilərin azaldılması əlavə qazancların əldə edilməsinin cəlbediciliyini yüksəldəcək, deməli, işçi qüvvəsinin təklifi və istehsal fəaliyyətində iştiraka stimullar artacaq.

Təklif nəzəriyyəsinə görə, vergi siyasəti "Lafferin effektinə" əsaslanmalıdır. Onun məzmunu – vergi dərəcələrinin azaldılması-dövlət gəlirlərinin qaçılmaz azalmasına səbəb olur, lakin qısamüddətli xarakter daşıyır; uzunmüddətli perspektivdə bu, əmanətlərin, investisiyaların və məşğulluğun artmasını təmin edəcək, istehsalın artımı baş verəcək və vergiyə cəlb olunan gəlirlər artacaq ki, bu da büdcəyə vergi daxilolmalarının ümumi məbləğini yüksəldəcək. İstənilən effekti əldə etmək üçün, ilk növbədə, korporasiyaların gəlirləri və mənfəətləri üzrə vergi dərəcələrini azaltmaq lazımdır.

Neoliberalizm – iqtisadiyyat elmində və təsərrüfat fəaliyyəti təcrübəsində ifrat tənziqləmədən azad iqtisadiyyatın özünü-tənziqləmə prinsipinə malik olan istiqamətdir.

Liberalizm bir baxış sistemi kimi ingilis klassiklərindən A.Smit və D.Rikardodan başlayır. Liberalizm fərdi maraqların şərtləndirdiyi fərdi fəaliyyətin aparıcı rolunun tanınmasına əsaslanır. Fərdi iqtisadi fəaliyyətə dövlət müdaxiləsi məhdudlaşdırılmışdır.

Neoliberalizm, xüsusilə də Frayburq məktəbindən başqa bir mənbəyi də, Almaniyanın tarixi məktəbidir. Onun nümayəndələri ilk dəfə siyasi iqtisadiyyatı milli iqtisadiyyat elmi kimi nəzərdən keçirməyə başladılar.

Iqtisadi liberalizmin müasir nümayəndələri iki əhəməli müddəaya əməl edirlər: Birincisi, onlar bazarın (təsərrüfatçılığın ən effektiv forması kimi) iqtisadi artıma daha yaxşı şərait yaratmasından irəli gəlir; ikincisi, iqtisadi fəaliyyətin iştirakçılarının azadlığının önəmli mahiyyətini müdafiə edirlər.

Dövlət rəqabət şəraitini təmin etməli və bu şərtlərin olmadığı yerdə nəzarəti həyata keçirməlidir.

Neoliberalizmə Çikaqo (M.Fridmen), Neoavstriya (F.Hayek), Frayburq (V.Oyken, L.Erhard) məktəbləri daxildir. Neoliberalizm tərəfdarları, adətən, iqtisadiyyatın tənzimlənməsinin keynsçilik üsullarını tənqid edirlər.

ABŞ-da və bəzi digər ölkələrdə müasir neoliberal siyasət daha çox tanınmış bir sıra iqtisadi yanaşmalara əsaslanır.

Almaniyanın tarixi və Frayburq məktəbləri

Tarixi məktəb XIX əsrin ortalarında Almaniya yaranmışdı, burada klassik məktəb inkişaf etməmişdi. Tarixi məktəbin nümayəndələri hesab edirdilər ki, hər bir ölkənin iqtisadiyyatı öz qanunları ilə inkişaf edir və coğrafi şəraiti, tarixi inkişafı, milli-mədəni ənənələri və milli xarakter xüsusiyyətləri ilə bağlıdır. Onlar istehsal, mübadilə iqtisadi qanunlarını ingilislərin uydurması hesab edirdilər.

Tarixi məktəbin metodoloji xüsusiyyətləri:

- ölkənin iqtisadi inkişafına sosial mühitin, o cümlədən insan amilinin təsirlərinin nəzərə alınması;

- iqtisadi və qeyri-iqtisadi amillərin qarşılıqlı əlaqəsinin müəyyən edilməsi;

- cəmiyyətin inkişaf tsikl və mərhələlərinin tədqiqində qeyri-sınıf meyarlarının yerinin və rolunun müəyyən edilməsi.

Tarix məktəbinin nümayəndələrinin fikrincə, iqtisadi qanunları əvvəlcədən məlum olan ünsürlərin və komponentlərin təsirini doğuran sabit xarakterə görə özünü daim göstərən təbii qanunlarla eyniləşdirmək olmaz. Buna görə də, klassiklərə zidd olaraq, onlar siyasi iqtisadiyyatın qeyri-universal xarakterini və iqtisadi proseslərin səmərəsinin yalnız iqtisadi (baza) deyil, həm də qeyri-iqtisadi xüsusiyyət faktorlarından, yəni sosial mühit amillərindən asılı olduğunu göstərir: milli xüsusiyyətlər və ənənələr, tarixi təsadüf, ölkənin coğrafi şəraiti, milli mədəniyyətin, psixologiyanın, dinin xüsusiyyətləri.

Klassiklərin qeyri-iqtisadi amilləri iqtisadi amillərin təsiri ilə bağlıdır, yəni məhsuldar qüvvələrin səviyyəsi nə qədər yüksək olsa, sosial mühit də bir o qədər inkişaf etmiş olar. Alman müəlliflərinin əsərlərində iqtisadi və qeyri-iqtisadi amillər qarşılıqlı əla-

qədə nəzərdən keçirilir. Bu mövqə Alman milli ruhunun unikalığı ideyasının yaranmasına gətirib çıxardı [13, səh. 178-192].

Klassiklərdə tarixilik cəmiyyətin ali və aşağı, əsas və qeyri-əsas siniflərinin xalqlarının və dövlətlərinin təkamülünün müxtəlif mərhələlərində ayrılma meyarı vasitəsilə özünü göstərir. Alman müəllifləri sırf iqtisadi yanaşmanı istifadə edirdilər. ***Almaniyanın ədəbiyyatda tarixi məktəbinin təkamülü prosesində üç mərhələ ayrılır:***

- *birinci mərhələ:* XIX əsrin 40-60-cı illəri "Köhnə tarixi məktəb" adlandırılmışdır (V.Roşer, F.List, B.Gildebrandt, K.Knis);

- *ikinci mərhələ:* XIX əsrin 70-90-cı illərinə təsadüf edir və "Yeni tarixi məktəb" (L.Brentano, Q.Şmoller, K.Büxer) adlandırılmışdır;

- *üçüncü mərhələ:* XX əsrin ilk üçdə biri "Ən yeni tarixi məktəb" (V.Zombart, M.Veber, A.Şpitxof) adlandırılmışdır.

Köhnə tarixi məktəb nümayəndələrinin xidməti, ilk növbədə, alternativ klassik məktəbdə sosial-institusional istiqamət metodologiyasının əsasını təşkil edən metodoloji müddəaların formalaşdırılmasından ibarətdir.

"Köhnə" tarixi məktəb

"Köhnə" tarixi məktəbin təsisçisi Fridrix List (1789-1846-ci il) hesab olunur. O, "Milli siyasi iqtisad sistemi" (1841-ci il) əsərində ingilis klassiklərinə qarşı çıxış etmişdir. Onun işinin mərkəzində-mill iqtisadiyyat xarici mühitlə qarşılıqlı əlaqələrdə olan bütöv bir iqtisadiyyatdır prinsipi durur. ***Kitabın əsas fikirləri aşağıdakılardır:***

- *Məhsuldar qüvvələrin nəzəriyyəsi.* İctimai sərvətin artımı pərakəndə şəkildə deyil, əvvəlki nəsillərin səyləri ilə istehsal edilənləri qoruyub saxlamaq və çoxaltmaq istəyən insanların razılaşdırılmış fəaliyyəti vasitəsilə əldə edilir. Əsl zənginlik məhsuldar qüvvələrin inkişaf etdirilməsindən ibarətdir, bu isə mübadilə dəyərinin sayında deyil. Siyasətin vəzifəsi insanları birləşdirmək, millətin sənaye tərbiyəsini təmin etməkdir; bu məhsuldar qüvvələrin yüksəlməsini asanlaşdıracaqdır. Məhsuldar qüvvələrin artması ayrıca fabrikdən başlayır və daha sonra milli assosiasiyaya qədər

yayılr.

2. *İstehsal mərhələləri haqqında təlimə uyğun olaraq millətin iqtisadi tərəqqi konsepsiyası*. F.List tərəfindən təklif olunan mərhələlər kifayət qədər şərtlidir: "vəhşilik vəziyyəti", "çoban məişəti", "əkinçilik təsərrüfatı", "əkinçilik-sənətkarlıq təsərrüfatı". Nəticədə, millətlər son mərhələyə gəlirlər ki, kənd təsərrüfatı, sənaye, ticarət ahəngdar şəkildə inkişaf edir. "Mərhələ nəzəriyyəsi"nin mənası ondan ibarətdir ki, hər bir mərhələ ona xas olan iqtisadi siyasətlə, istehsalın yüksəlməsinə, millətin məhsuldar qüvvələrinin inkişafına uyğun olmalıdır. Bu tezis klassiklərin universal fikirlərinə qarşı yönəlib: onların ticarət azadlığı nəzəriyyəsi İngiltərənin maraqlarına cavab verirdi, lakin o zaman iqtisadi cəhətdən möhkəmlənməmiş, siyasi cəhətdən parçalanmış Almaniyanın ehtiyaclarına zidd idi.

3. *Dövlətin aktiv iqtisadi siyasətinin əsaslandırılması*. F.List yazırdı ki, əgər xalq təsərrüfatından dövlət təsərrüfatını çıxsaq, xalq təsərrüfatını orqanik olaraq tam başa düşmək olmaz. Xalq qənaəti o halda milli qənaətə çevrilir ki, dövlət müstəqilliyə, dayanıqlıq və siyasi əhəmiyyət əldə etmək qabiliyyətinə malik olan bütün milləti əhatə etsin. Dövlət hakimiyyəti millətin uzunmüddətli yerli maraqları naminə milli təsərrüfatın ayrı-ayrı bəndlərinin səylərini razılaşdırır və istiqamətləndirir.

Bu fikirləri ilə "Tarixi metod baxımından siyasi qənaət kursunun qısa əsasları" kitabını nəşr etmiş Vilhelm Roşer (1817-1894), 1848-ci ildə "İndiki dövrün və gələcəyin siyasi iqtisadiyyatı" əsərinin müəllifi Bruno Qildebrandt (1812-1878-ci illər) və "Tarixi metod baxımından siyasi iqtisad" (1853-cü il) kitabını yazmış Karl Knis (1821 -1878) tam razı idilər.

"Yeni" tarixi məktəb

"Yeni" tarixi məktəb yeni şəraitində "köhnə" məktəbin metodlarını inkişaf etdirmişdir. Almaniya artıq vahid milli dövlət idi, birləşmənin və sərt proteksionizmin həyati əhəmiyyətini sübut etmək lazım deyildi. Lakin milliyyətçi motivlər və dövlətin heqemonluğu Almaniya dövlətinin xarici siyasi aqressivliyinə təkan verən ənənəvi xüsusiyyətlər olaraq qalmışdır. Qustav Şmoller

(1838-1917) "XIX əsrdə Almaniyada xırda sənətkarlıq istehsalı tarixi" (1870-ci il), "Xalq Təsərrüfatı, xalq təsərrüfatı haqqında elm və onun metodları" (1897-ci il) əsərlərində siyasi iqtisad yalnız etika, tarix, sosiologiya, politologiya ilə möhkəm elmi əlaqələr qurarkən dominant ictimai elmə çevrilə biləcəyinə əmin idi.

Şmoller iqtisadi təcrübədə üç fəaliyyət sahəsi ayırırdı: *özal təsərrüfat, dövlət təsərrüfatı, "xaritativ" təsərrüfat*. Birinci tipdə şəxsi maraq, ikinci tipdə məcburi hərəkət prinsipinə əsaslanan ictimai maraq, üçüncü tipdə isə xeyriyyəçilik hökm sürürdü. Birinci tip sahələrdə dövlət və mənəvi normalarla tənzimlənməli olan sui-istifadə və digər ifrata yol vermək mümkündür. Üçüncü tipdə mənəvi motivlər üstünlük təşkil edir. Dövlətin funksiyaları sırasında "yeni" tarixi məktəbin nümayəndələri aşağıdakıları adlandırırdılar: əqli və estetik tərbiyəyə qayğı; sağlamlıq; rabitə yollarının inkişafı; qocalara, uşaqlara himayə; xəsarət almış işçilərə kömək.

Luyo Brentano (1844-1931) "Müasir fəhlə gildiyası" (1871-1872-ci illər), "Əmək haqqının və iş vaxtının əmək məhsuldarlığına münasibəti haqqında" (1877-ci il), "Aqrar siyasət" (1897-ci il) əsərlərində həmkarlar ittifaqlarının, istehlak kooperasiyasının, fabrika qanunvericiliyinin təşkili yolu ilə fəhlələrin vəziyyətinin köklü dəyişməsi və bərabərsizliyin aradan qaldırılması ideyalarını irəli sürmüşdür.

"Yeni" tarixi məktəb

Tarixi metodun tətbiqi *Verner Zombartın* (1863-1941) əsərləri üçün ifrat xarakterikdir. Zombart marksizmdən faşizmə qədər bir yol keçdi. "Qəhrəmanlar və tacirlər" (1915) əsərində Zombart "tacirlər milləti" (ingilislərin) "qəhrəmanların milləti" (almanlar) ilə qarşı-qarşıya qalır və sonuncuların hərbi gücün köməyi ilə ticarət və sənayenin inkişafı ilə birincilərin əldə etdiyini qazanmaq hüququnu əsaslandırır. "Alman sosializmi" (1934) əsərində Zombart Almaniya üçün "planlı" və ya "mütəşəkkil", kapitalizmə bərabər tutulan "dövlət sosializmi" şəklində sosial ideali formalaşdırır. Bu modelin əsas elementləri – milli iqtisadiyyatın planlaşdırılmasını həyata keçirən korporativ dövlət, idarəetmənin sərt mərkəzləşdirilməsi,

ciddi iyerarxiya və hərfi bölünmə alman faşizmi tərəfindən qəbul edilmiş və onun sosial-iqtisadi siyasətinin bir hissəsinə çevrilmişdir.

Maks Veber (1864-1920-ci illər) 1919-1920-ci illərdə Münhen Universitetində "Təsərrüfat tarixi" (1923-cü il) adlı kitab şəklində nəşr edilmiş mühazirə kursunu oxumuşdur. İdeal "modeli" real iqtisadi inkişaf prosesi ilə müqayisə edərkən, Veber real sistemin idealdan kənara çıxma dərəcəsini izləyir. Bu, xalqların tarixi inkişafının tədqiqi, milli praktikanın və ümumnəzəriyyə modelinin müqayisəsi metodudur. M.Veber əmtəə – kapitalist münasibətlərinin formalaşması üçün dini normaların, davranış etikasının əhəmiyyətini göstərmişdir. "Protestant etikası və kapitalizm ruhu" əsərində o, dinin iqtisadiyyata təsirini ortaya qoyur. Protestant dini işgüzar vərdişlərin, sahibkarlıq fəallığının inkişafına səbəb olmuşdur. O, qənaətcilliyin, ehtiyatlılığın, təşəbbüskarlılığın, dövrüyyənin, riskə olan qabiliyyətin formalaşmasına kömək edirdi. Protestantlar arasında sahibkarlar-mülkiyyətçilər və istehsal təşkilatçıları sinfi formalaşmışdır. Nəticədə kapitalizmin "rasional" forması yaranmışdır.

Tarixi məktəb nadir istisnalarla iqtisad elminin müasir anlamında inkişafına nəzərəcərpacaq töhfə verməyib, lakin bununla belə, o, bu elmin həllini tapmalı olduğu problemlərin dairəsini müəyyənləşdirmək üçün çox işlər görüb. XIX əsrin sonunda iqtisad elmi nəzəri (pozitiv) və praktiki (normativ) hissələrə bölündü. Birincisi iqtisadiyyatda nə baş verdiyini, ikincisi, bəzi məqsədlərə nail olmaq üçün nə etmək lazım olduğunu öyrənir. İqtisad elminin nəzəri hissəsinin əsaslarının formalaşması dövrü, məhz nəzəri hissənin praktiki məsələlərin müzakirəsindən kənarlaşdırıldığı dövrdə tətbiqi hissənin inkişaf istiqamətini təyin edən tarixi məktəbin yaranması və inkişaf dövrü ilə üst-üstə düşdü. Beləliklə, iqtisadi elmin təkamülü baxımından hər iki cərəyan bir-biri ilə əlaqəli və bir-birini tamamlayan cərəyanlar olub. Alman tarixi məktəbinin çıxdığı xətt XIX əsrin sonu-XX əsrin birinci üçdə biri - institusional-naliberalizmdə, eləcə də ordoliberalizmdə amerika iqtisadi fikrində özünəməxsus şəkildə davam edib.

Frayburq məktəbi (ordoliberalizm)

Ordoliberalizm yeni tarixi məktəb, neoklassizm və ənənəvi liberalizm ideyalarının sintezi əsasında xalq təsərrüfatı haqqında öz təlimini yaratmağa cəhd göstərdi.

Metodoloji cəhətdən ordoliberalizm yeni tarixi məktəbə daha yaxındır ki, bunun üçün ictimai inkişaf prosesinin ləng, tədricən təkamül kimi izahı səciyyəvidir.

Neoklassikadan fərqli olaraq, ordoliberalizm metodoloji instrumentariyasında marjinalizm müstəqil yer tutmur. O, Qərb konsepsiyalarında geniş yayılmış nəzəri üsul kimi nəzərə alınır.

Ənənəvi liberalizm ilə ordoliberalizm, istehsal vasitələrinə xüsusi mülkiyyətin bütün vasitələrlə möhkəmləndirilməsi və təşviq edilməsi əsasında fərdi azadlıq ideyasını doğura bilər. Bununla yanaşı, neoliberallər sələflərindən fərqli olaraq, təsərrüfat həyat proseslərini mikroiqtsadi deyil, makroiqtisadi mövqelərdən qiymətləndirirdilər. Bundan başqa, ordoliberalizm azad rəqabətin kapitalizm dövrünün liberalizmindən onunla fərqləndirir ki, o, iqtisadiyyata fəal dövlət təsirində çıxış edirdi. Üstəlik, keynsçilikdən fərqli olaraq, ordoliberalər bu müdaxilənin obyektini təkrar istehsal prosesinin özü deyil, mənfəət və rəqabət mexanizminin institusional əsasları hesab edirdilər.

Ordoliberalizmin əsasını rəqabət quruluşu doktrinası və sosial bazar təsərrüfatı konsepsiyası təşkil edir. İqtisadi quruluşun iki növü haqqında təlim *Valter Oykenə* (1891-1950-ci illər) məxsusdur və onun "Milli iqtisadiyyatın əsasları" (1947-ci il) və "İqtisadi siyasətin əsas prinsipləri" (1950-ci il) əsərlərində öz əksi-ni tapmışdır.

İqtisadi quruluş – praktikada reallaşdırılan təsərrüfat formalarının məcmusudur ki, bu formalarda gündəlik konkret təsərrüfat prosesi gedir.

Oyken hesab edir ki, tarixdə məlum olan bütün iqtisadi sistemlərin təhlilini iqtisadi quruluşun iki əsas növünü seçməklə əldə etmək olar. Birincisi, mərkəzi idarə olunan təsərrüfat, ikincisi, ünsiyyət təsərrüfatı, yaxud bazar təsərrüfatıdır. Onlara təmiz formada rast gəlmək mümkün olmur, lakin həmişə onlardan birinin

üstünlüyü ilə qarışıq şəkildə qarşılaşmaq olar .

İqtisadi araşdırmanın vəzifəsi bu zaman mümkün təsərrüfat qaydalarından hansının həyata keçirildiyini tapmaqdan ibarətdir. Bu məsələni həll edərək iki suala cavab almaq olar:

*** təsərrüfat nizamının strukturu nə deməkdir?**

*** orada baş verən proseslər necə həyata keçirilir?**

Əgər Keyns kapitalizmin çatışmazlığını effektiv tələbatın xroniki çatışmazlığı ilə izah edirdisə ki, dövlətin iqtisadiyyata qarışmaması bu inkişafı stimullardan məhrum edir, ordoliberalar mükəmməl rəqabətin pozulmasında, inhisarlaşmada narahatlıq mənbəyini görürdülər. İnhisarçılıq mükəmməl rəqabət modelindən kənara çıxmaqdır. O, inhisarçılara həmkarlar ittifaqlarını aid edirdi və bununla da sahibkarlar və dövlət tərəfindən onlara qarşı məhdudlaşdırıcı tədbirlərin görülməsinin qanunauyğunluğunu əsaslandırırırdı.

Oyken dövlətin passivliyindən, dövlətin köməyi ilə aradan qaldırılacaq mükəmməl rəqabətin və kapitalizmin sosial xərcələrinin pozulduğunu ortaya çıxardı.

Dövlət iqtisadi siyasətinin əsas istiqaməti təsərrüfat sisteminin formalaşdırılmasıdır: inhisarçılıq və rəqabətin tənzimlənməsi, xüsusi və dövlət mülkiyyətinin nisbəti, iqtisadiyyata birbaşa və dolaylı müdaxilə tədbirləri, təsərrüfatçılığın hüquqi normalarının müəyyən edilməsi.

Oykenə görə, rəqabətin quruluşunun əsas prinsipləri aşağıdakılardır:

- xüsusi mülkiyyətin toxunulmazlığı;
- pul valyutasının sabitliyi;
- açıq bazarlar;
- bütün əqd və müqavilələrin azadlığı;
- təsərrüfat vahidlərinin fəaliyyətinə cavabdeh olanlara maddi məsuliyyətin qoyulması;
- iqtisadi siyasətin sabitliyi.

Ordoliberalar iqtisadi siyasətin davamlılığını zəruri çevik fiskal və kredit-pul antitsikl siyasətini dəstəkləyən Keynsin ideyalarına qarşı qoyurdular. Ordoliberaların təsərrüfat prosesinə dövlət

təsirinə yalnız ekzogen amillərin təsiri ilə bağlı müstəsna hallarda yol verilirdi. Ordoliberalaların nəzəriyyəsi iki səbəbdən müharibədən sonra Qərbi Almaniyada istifadə edilə bilməzdi:

** dövlət tərəfindən iqtisadiyyata daha çevik təsir göstərilməsinin obyektiv zəruriliyi səbəbindən;*

** rəqabət quruluşu 20-30-cu illərdə baş vermiş böhran səbəbindən əhalinin geniş təbəqələrində dəstək tapa bilmirdi.*

Bu hallar "sosial bazar iqtisadiyyatı"nın nəzəriyyəçiləri tərəfindən nəzərə alınmışdır. Bu termin ilk dəfə 1947-ci ildə A.Müller-Armakın "İqtisadiyyatın tənzimlənməsi və bazar təsərrüfatı" əsərində yaranmışdır. Əgər Oyken sosial ədalət tacı kimi gəlirlərin bazar bölgüsünü mükəmməl rəqabət şəraitində elan edirdisə, Müller-Armak sosial kompensasiya prinsipinə tabe olan fəal sosial siyasət yürütdürdü ki, bu da sosial bazar təsərrüfatının kapitalizmədən əsas fərqi idi. Müller-Armak sosial kompensasiyanın əsas aləti kimi yüksək gəlirli şəxslərin progressiv vergitutmasını və bu vəsaitlərin daha az malik təbəqələrin xeyrinə uşaqların saxlanması, mənzil haqqının ödənilməsinə, öz yaşayış evlərinin tikilməsinə büdcə dotasiyaları kimi bölüşdürülməsini hesab edirdi. O, sosial siyasətin digər formalarına sosial sığorta sisteminin inkişafını aid edirdi: işsizliyə, xəstəliyə və insana aid olan sosial infrastruktura görə.

Ordoliberal ideyaların praktiki gerçəkləşdirilməsində Lüdviq Erhard (1897-1977-ci illər), Adenaurun vaxtında AFR-in vitse-kansleri və onun ölümündən sonra kansleri, görkəmli rol oynamışdır. Erhard qeyd edir ki, sosial bazar təsərrüfatının əsas məqsədləri azadlıq və ədalətdir, özü də iqtisadi azadlıq siyasi azadlıq, insan hüquq və azadlıqlarının təmin edilməsinə dövlət təminatı, sosial təhlükəsizlik və sosial ədalət olmadan mümkün deyildir.

Keynsçilik istiqaməti ingilis iqtisadçısı və A.Marşallın tələbəsi **C.M.Keynsin** (1886-1943) adı ilə bağlıdır. "Keynsçilik" XX əsrin birinci yarısında iqtisadiyyatda üstünlük təşkil edən istiqamətdir. Görkəmli ingilis iqtisadçısı Con Meynard Keynsin adından gəlir [13, səh. 226-253].

1929-1933-cü illərin dünya iqtisadi böhranı istər inkişaf

etmiş, istərsə də sənaye cəhətdən inkişaf etməmiş ölkələrə mənfə təsirini göstərdi. Buna görə də 1929-1933-cü illərdə iqtisadiyyatın "gizli" inkişafı dövrü başa çatdı; o, bir sıra köhnə və yeni texnoloji üföqlərin, yeni sivil sistemin kəşfinin sonu idi.

XIX əsrin sonu-XX əsrin əvvəllərində neoklassik iqtisadi nəzəriyyənin "gücü" əsasən mikroiqtisadi təhlilə şamil edilirdisə, ümumi işsizliklə müşayiət olunan qeyri-tipik böhran şəraitində isə makroiqtisadi təhlilə ehtiyac duyulurdu. Bu problemə məşhur alim C.M.Keyns müraciət etmişdi.

Beləliklə, 1929-1933-cü illərdə baş vermiş dünya iqtisadi böhranı bu günümüzdəki aktuallığını itirməyən yeni elmi tədqiqatların meydana çıxmasını müəyyən etdi. O vaxtdan bəri bu problemlərin həllinə yönəlmiş iki nəzəri istiqamət öz başlanğıcını götürür. Onlardan biri C.M.Keynsin təliminə, digəri isə neolibəral cərəyana əsaslanır, hansı ki, keynesçiliyə alternativ məsələlərin konseptual həllini nəzərdə tutur.

Con Meynard Keyns (1883-1946) Kembriç iqtisadi fikir məktəbinin banisi A.Marşalldan dərs alıb. Ancaq gözlənilənin əksinə olaraq, onun varisi olmadı və az qala müəllimin şöhrətini kölgədə qoydu.

1929-1933-cü illərin ən uzun və ağır iqtisadi böhranının nəticələrinin özünəməxsus şəkildə dərk edilməsi C.M.Keynsin nəşr etdiyi müddələrdə öz əksini tapmışdır. Londonda Keyns tərəfindən "Ümumi məşğulluq, faiz və pul nəzəriyyəsi" (1936) adlı kitab nəşr edilmişdi. Bu əsər müəllifə böyük şöhrət gətirdi, çünki artıq 30-cu illərdə Avropanın və ABŞ-ın bir sıra dövlətlərində iqtisadiyyatın hökumətlər səviyyəsində sabitləşdirilməsi proqramlarının nəzəri-metodoloji bazası olmuşdur. Kitabın müəllifi isə Böyük Britaniya hökumətinin tərkibində məsləhətçi olub və iqtisadi siyasət sahəsində bir çox praktiki tövsiyələr işləyib. Böyük Britaniyanın parlament tarixində C.M.Keyns iqtisadçılar arasında ilk dəfə olaraq, İngiltərə kraliçası tərəfindən lord tituluna layiq görülmüş və parlamentin yuxarı palatasının Londondakı toplantılarında ona "per" kimi iştirak etmək hüququ vermişdir.

Alimin əsərləri: "Ehtimal haqqında traktat" (1921), "Pul isla-

hatı haqqında traktat" (1923), "Mister Çerçillin iqtisadi nəticələri" (1925), "Azad sahibkarlığın sonu" (1926), "Pul haqqında traktat" (1930) və s. iqtisadi nəşrlər sırasında yer alır.

C.M.Keynsin "Ümumi nəzəriyyəsi" XX əsrdə iqtisad elmində dönüş nöqtəsi olmuş və hazırda da bir çox ölkələrin iqtisadi siyasətini müəyyən etməkdədir. Onun əsas yeni ideyası ondan ibarətdir ki, bazar iqtisadi münasibətləri sistemi heç də mükəmməl və özünütənzimləyən sistem deyil və mümkün olan maksimum məşğulluq və iqtisadi artım yalnız dövlətin iqtisadiyyata fəal müdaxiləsini təmin edə bilər.

Keynsin iqtisadi təliminin novatorluğu metodoloji baxımdan, birincisi, iqtisadi nəzəriyyənin müstəqil bölməsi kimi makroiqtisadiyyatın banisi olmuş mikroiqtisadi yanaşmaya makroiqtisadi təhlilin üstünlük verməsi, ikincisi, effektiv tələbat, yəni potensial mümkün və dövlət tərəfindən stimullaşdırılan tələbatın əsaslandırılması ("psixoloji qanun"dan asılı olaraq) özünü göstərmişdir.

Şəxsi "inqilabi" tədqiqat metodologiyasına əsaslanaraq, Keyns sələflərindən fərqli olaraq, dövlətin köməyi ilə işsizliyin aradan qaldırılması üçün əsas şərt kimi əmək kütləsinin ixtisarına yol verilməməsinin vacibliyini, həmçinin insanın psixoloji baxımdan qənaətə meyilliliyi üzündən onun gəlirlərinin daha yavaş-yavaş artdığını qeyd etmişdir.

Keynsə görə, insan gəlirinin müəyyən hissəsini saxlamaq üçün psixoloji meyili gəlir əldə etmək üçün daimi gəlirin əldə edilməsindən asılı olan kapital qoyuluşunun həcmnin azalması səbəbindən gəlirlərin artmasını əngəlləyir. İnsanın istehlaka son dərəcə meyilliliyinə gəldikdə isə, o, "Ümumi nəzəriyyə" müəllifinin fikrincə, daimidir və buna görə də investisiyaların artması ilə gəlir səviyyəsi arasında sabit nisbəti şərtləndirə bilər.

Keyns tədqiqatının metodologiyasında iqtisadi artıma və qeyri-iqtisadi amillərə əhəmiyyətli təsir nəzərə alır: dövlətlər (istehsal vasitələrinə və yeni investisiyalara istehlak tələbatını stimullaşdıran) və insanların psixologiyası (təsərrüfat subyektlərinin anlaşılıqlı qarşılıqlı münasibətlərinin dərəcəsini müəyyənləşdirən).

Keyns merkantilistlərin iqtisadi proseslərin dövlət tənzimlən-

məsinin yaratdığı konsepsiyaya təsirini inkar etməyib. Keynsin onlar ilə ümumi fikirləri aydındır:

- ölkədə pul kütləsinin artırılması cəhdində (onların ucuzlaşması və müvafiq olaraq ssuda faiz dərəcələrinin aşağı salınması və istehsala investisiyaların təşviqi vasitəsi kimi);

- qiymət artımının təsdiqində (ticarətin və istehsalın genişləndirilməsini stimullaşdıran bir yol kimi);

- pul çatışmazlığının işsizliyə səbəb olduğunu etiraf etməkdə;

- iqtisadi siyasətin milli (dövlət) xarakteri anlayışında.

Keynsin təlimində həddindən artıq qənaətcilliyin və yığılmanın məqsədəuyğun olmaması, əksinə, vəsaitlərin bütün növ xərclənməsinin mümkün olması fikri aydın görünür, çünki alimin fikrincə, birinci halda vəsait, ehtimal ki, səmərəsiz likvid (pul) forma əldə edəcək, ikinci halda isə tələb və məşğulluğun artırılmasına yönəldilə bilər. O, həmçinin kəskin və arqumentləşdirilmiş formada "bazarların qanunu" nun doqmatik postulatlarına sadıq olan iqtisadçıları J.B.Seyi və digər "iqtisadi" qanunları tənqid edir, onları "klassik məktəb" in nümayəndələri adlandırır.

Keyns əks nəticə çıxarır: "Cəmiyyətin psixologiyası elədir ki, məcmu real gəlirin artması ilə ümumi istehlak da artır, lakin gəlirin artdığı qədər baş vermir". Natamam məşğulluğun və reallaşdırma səbəblərinin, iqtisadiyyatın qeyri-bərabərliyinin aşkar edilməsi, habelə "cəmiyyətin psixologiyası" nın xarici (dövlət) tənzimlənməsi metodlarının əsaslandırılması üçün "iqtisadiyyat qanunları"ndan heç də az əhəmiyyət kəsb etmir.

Bununla yanaşı, investisiyaların artırılması, bununla əlaqədar olaraq, milli gəlirin və əhalinin məşğulluğunun artımı məqsədəuyğun iqtisadi effekt kimi qiymətləndirilə bilər. İqtisadi ədəbiyyatda multiplikator effekti adı almış; nəticədə bu o deməkdir ki, "investisiyaların artması cəmiyyətin milli gəlirinin artmasına gətirib çıxarır, özü də sərmayənin ilkin artımından daha böyükdür".

C.M.Keyns onu "ümumi investisiya məbləğinin artımı baş verdikdə, gəlirin "n" dəfə investisiya artımından artıq olan məbləğə artır" haqqında müddəanı xarakterizə edən "investisiya multi-

plikatoru" adlandırır. Buna görə də "real gəlir artdıqca cəmiyyət daim azalmağa olan hissəsini istehlak etmək istəyir".

O, daha sonra belə bir qənaətə gəlir ki, "multiplikator prinsipi milli gəlirin nisbətən kiçik bir hissəsini təşkil edən investisiyaların hansı yolla dəyişməsinin ümumi amplitudası səciyyələndirilən məşğulluğun və gəlirin bu cür dəyişməsinə səbəb ola biləcəyi sualına ümumi cavab verməyə imkan verir".

Amma onun qənaətinə görə, "kasıb cəmiyyətdə multiplikatorun miqdarı nisbətən çox olsa da, məşğulluğa sərmayə qoyuluşunda tərəddüdlərin təsiri zəngin cəmiyyətdə çox güclü olacaq, çünki güman etmək olar ki, məhz sonuncu investisiya cari məhsulun daha böyük hissəsini təşkil edir".

Beləliklə, multiplikatorun təsirinin mahiyyəti həqiqətən sadədir. Bu halda həlledici məqam investisiya yatırmağa həvəsləndirməkdir. Bir neçə onillikdən sonra Keyns ideyalarını "insanların qənaətə meyilliliyi" haqda bölüşən C.K.Gelbreyt yazırdı ki, "bu gəlirlər investisiya edilməli və beləliklə, xərclənməlidir (və ya başqa birinin xərcləri ilə kompensasiya olunmalıdır). Əks halda, alıcılıq qabiliyyəti azalacaq. Mallar rəflərdə qalacaq, sifarişlərin həcmi azalacaq, istehsal həcmi aşağı düşəcək, işsizlik artacaq. Nəticədə tənəzzül baş verəcək".

Keyns öz tədqiqatının yekunu olaraq, nəzəriyyənin yaradılmasını belə hesab edir: "Hazırda, əsasən, özəl təşəbbüsə verilmiş məsələlərdə mərkəzləşdirilmiş nəzarətin yaradılmasının həyati zəruriliyi görünür. Dövlət qismən müvafiq vergi sistemi vasitəsilə istehlak meylinə öz rəhbər təsirini göstərməlidir, faiz normasını qismən qeydə almalı və ola bilsin ki, digər üsullarla, çünki artıq işləyənlərin əməyinin bölgüsündə deyil, məhz məşğulluğun həcmi-nin müəyyənləşdirilməsində mövcud sistem yararsız vəziyyətə düşmüşdü. Amma yenə də özəl təşəbbüsün və məsuliyyətin təzahürü üçün geniş imkanlar var".

Keynsə görə, dövlət tərəfindən iqtisadi proseslərin tənzimlənməsinin səmərəliliyi əhalinin tam məşğulluğu üzrə vəsaitin (dövlət investisiyaları, nailiyyətlərin) tapılmasından, faiz normasının azaldılmasından və qeydə alınmasından asılıdır. O, eyni

zamanda hesab edirdi ki, dövlət investisiyaları onların çatışmazlığı halında əlavə pulun buraxılmasına zəmanət verilməlidir, büdcənin mümkün kəsiri isə məşğulluğun artmasının və faiz normasının aşağı düşməsinin qarşısını alacaqdır. Başqa sözlə, ssuda faizinin norması nə qədər aşağıdırsa, sərmayələrə stimullar, investisiya tələbatının səviyyəsi bir o qədər yüksəkdir ki, bu da öz növbəsində məşğulluq sərhədlərini genişləndirir, işsizliyin aradan qaldırılmasına gətirib çıxarır. Bununla yanaşı, o, özünün real gerçəklikdə istifadə olunmamış ehtiyatlar və resursların tam istifadəsi şəraitində pulun miqdarına mütənasib artan qiymətlər olduğu halda daimi qiymətlərin əvəzinə, demək olar ki, məşğulluğun artması ilə tədricən artan amillərin qiymətlərinə malik olduğunu hesab edirdi".

Keyns üçün tam məşğulluq faiz dərəcəsi və əmək haqqının düzgün nisbətindən asılıdır və ikincinin azaldılmasından daha əvvəl ilk azalma yolu ilə daha çox əldə edilə bilər. Keynsə görə işsizliyin əsas səbəbi ondan ibarətdir ki, uzunmüddətli perspektivdə faiz dərəcəsi çox yüksək olaraq qalır.

Keynsçiliyin əsasında belə bir ehtimal durur ki, tam məşğulluğu təmin edən tarazlıq bazar iqtisadiyyatı üçün əlçatmazdır. "Bunun günahı əmanətlərdir ki, bunların da nəticəsində ümumi tələbat ümumi təklifə bərabər deyil, ondan azdır, və elə etmək lazımdır ki, əhali gəlirin bir hissəsini özündə saxlamasın". Bu vəziyyətdə mümkün olan yeganə məsələ tələbata təsir etmək, dövriyyədə olan pulun miqdarını və faiz dərəcələrini dövlət səviyyəsində tənzimləmək, istehsalı və satışları stimullaşdırmaqdır.

Tələbin çatışmazlığı keynsçilik baxımından dövlət satınalmaları və büdcə hesabına ödənilən ictimai işlər ilə kompensasiya edilməlidir. "Keynsçilikdən" qabaq iqtisadiyyatda belə hesab edilirdi ki, qənaət etmək arzusu – bu artımın və tərəqqinin əsasında duran nemətdir. Lakin keynsçilik əmanətləri və investisiyaları bölür və onları bir-birinə bərabər saymır. Əmanətlər əsasən gəlirlərin səviyyəsindən, investisiyalar isə bir sıra amillərdən, o cümlədən mövcud faiz dərəcələrindən asılıdır.

"Keynsçilik" "Böyük depressiya" dövründə dünya iqtisadiyyatında yaranmış vəziyyətin təhlili nəticəsində formalaşmışdır. Bu

"laissez fair" doktrinasına qarşı idi. Keynsin davamçıları iddia edirdilər ki, məcmu tələbatın həcmi təsir etmədikdə dövlət ona təsir etməlidir. Onlar tələbatın miqdarının tənzimlənməsi üçün alətlər kimi kredit-pul və büdcə siyasətini nəzərdən keçirirlər. Keynsçilik XX əsrin 60-cı illərinə qədər hökm sürən iqtisadi məktəb idi.

Ruzveltin "yeni kursu"

20-ci illərin böhranı elə bir fəlakət idi ki, iqtisadçılar kapitalizmin sonundan, kapitalist iqtisadiyyatının əvvəlki şəkildə mövcudluğunu davam etdirə bilməyəcəyindən danışmağa başladılar. Keynsin təlimi dövlət-inhisarçı kapitalizmin nəzəri əsasını təşkil etmişdir.

Dövlət inhisarçı kapitalizmin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, dövlət təsərrüfat inkişafını tənzimləməyə, idarə etməyə başlayır, iqtisadiyyatın proqramlaşdırılmasını təşkil edir, yəni əvvəllər kapitalist dövlətin malik olmadığı funksiyaları əldə edəcəkdir. Ona görə də iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsindən danışmaq daha düzgündür.

Bəs bu ABŞ-da necə həyata keçirildi? ABŞ-ın yeni prezidenti Franklin D. Ruzvelt "yeni kurs" adlanan iqtisadiyyatın sağlamlaşdırılması üzrə tədbirlər sistemini elan etdi. Hökumətin nəzdində "Sənayenin Bərpası üzrə Milli Administrasiya" yaradıldı. Onun başında "Beyin Trest" dururdu (təsərrüfatın dövlət tənzimlənməsini həyata keçirməyə başlayan iri iqtisadçılar və sənayeçilərdən ibarət şura).

Sənaye 17 sahə qrupuna bölünmüş, hər bir qrupun başında öz orqanı qoyulmuşdur və hər bir qrup üçün öz qaydaları tətbiq edilmişdi - "ədalətli rəqabət kodları". "Məcəllələr" istehsalatın həcmi, qiymətlərini və s. müəyyənləşdirirdi, istehsalı satış bazarının həcminə uyğun olaraq müəyyən çərçivəyə salırdılar, yəni məhsulu istehsal etmək bazarın udmaq imkanından artıq deyildir.

Ruzvelt kursunun başqa bir istiqaməti böyük dövlət işlərinin təşkili idi və bu işlərə 3 milyard dollardan çox vəsait yönəldilmişdir: yolların, aerodromların, məktəblərin, xəstəxanaların və digər qurğuların əsasən infrastruktur sahəsində tikintisi. Bu işlərin təşkili

üçün 2,5 min çadır düşərgəsi tikilib ki, orada işsizlər yığılırdı.

Beləliklə, bu tədbirlər işsizliyi azaldırdı və təchizat bazarını çoxaldırdı, çünki keçmiş işsizlər indi əmək haqqı, özləri üçün tikinti materialları, tikinti mexanizmləri və bir çox başqa şeylər alırdılar. Bu işlər mal istehsal etmədən malları bazardan udur və böhranı zəiflədirdi.

Kənd təsərrüfatında da müvafiq tədbirlər görülmüşdür. Dövlət satın alınan torpağı boş torpaq kimi, istifadəsiz saxlayaraq fermerlərdən torpaq almağa başladı, mal-qaranın sayının, məhsulun azalmasına görə, kənd təsərrüfatı istehsalının həcmi azaltmağa, təchizat imkanlarına uyğun olaraq gətirib çıxarmağa çalışdı.

Belə dövlət tənzimlənməsi köhnə kapitalizm üçün qeyri-adi idi və qeyri-kapitalist bir şey kimi qəbul edilirdi. Ruzveltin tədbirləri sahibkarlıq azadlığını məhdudlaşdırdığından, ABŞ-ın Ali Məhkəməsi Ruzveltin konstitusiyaya zidd siyasətini rədd etdi və 1934-cü ildə "Yeni Kurs"un tədbirlərinin əksəriyyəti qadağan edildi.

Böhranın bitməsindən sonra yüksəliş olduqca zəif idi. 1937-ci ildə yeni bir böhran başladı. Sənaye istehsalı 36% aşağı düşdü, işsizlərin sayı 10,5 milyona çatdı. Bu böhrandan çıxış yolu artıq İkinci Dünya müharibəsinin başlanması ilə bağlı oldu.

İkinci Dünya müharibəsi illərində ABŞ üçün birinci vəziyyət təkrarlandı. Avropada hərbi əməliyyatlar keçirilirdi, onun təsərrüfatı dağılırdı.

ABŞ-ın Almaniyaya üzərində qələbəyə verdiyi töhfə əsasən maddi cəhətdən idi. Lend-liz üzrə ABŞ tərəfindən göndərişlər 46 milyard dollar olmuşdur (yəni müharibə iştirakçılarına Almaniyaya qarşı müxtəlif hərbi materialların verilməsi). Bu hədiyyə deyildi. Prezident Trumen haqlı olaraq qeyd edirdi ki, "lend-lizə sərf edilən pullar, şübhəsiz, Amerikanın bir çox həyatını xilas edib".

Lakin lend-liz yalnız bununla sərfəli deyildi. Müttəfiqlərə avadanlıq göndərmək üçün Amerika korporasiyalarından alınır; lend-liz vətənpərvərlik canlanmasına, məşğulluğun artmasına, yeni gəlirlərə, tikintilərə səbəb oldu.

Müharibə illərində dövlətin tikinti işlərində xüsusi çəkisi artdı. Hərbi sənaye müəssisələrini o vaxt dövlət tikirdi. Qabaqcıl

texnika ilə təchiz edilmiş 2,5 min yeni zavod tikilmişdi. Müharibədən sonra bu müəssisələr inhisarlara və dövlətə nisbətən 3-5 dəfə ucuz satıldı. Təbii ki, bu şəraitdə müharibə ABŞ-ın iqtisadi inkişafında yeni sıçrayış yaratdı. Sənaye istehsalı 1938-ci ildən 1948-ci ilə qədər iki dəfədən çox artmışdı.

Dünya istehsalında da ABŞ-ın payı artdı. Əgər müharibə ərəfəsində ABŞ dünya kapitalist sənaye məhsullarının 40%-ni verirdisə, müharibənin sonuna isə bu göstərici 62% təşkil etdi.

*Müasir iqtisadi nəzəriyyənin üçüncü istiqaməti **institusional-sosioloji istiqamətdir** [13, səh. 275-368]. Onun əsas nümayəndələri **T.Veblen** (1857-1929), **U.Mitçell** (1874-1948) və **C.Kommonsdu** (1862-1945). Bu nəzəriyyənin bütün tərəfdarları iqtisadiyyatı təsərrüfatçı subyektlər arasında iqtisadi və qeyri-iqtisadi amillərin formalaşdırdığı sistem kimi nəzərdən keçirirlər.*

Institusionalizm - iqtisadiyyatda ona vətəndaşların müxtəlif birlikləri kompleksinin fəaliyyət məhsulu kimi baxan istiqamətdir. İnstitusionalizm anlayışı iki aspektdən ibarətdir: “institusiyaya” - cəmiyyətdə normalar, davranış qaydaları, və “institutlar” - qanun və təşkilatlar şəklində norma və adətlərin təsbit edilməsi. Bu iqtisadi məktəb inkişaf etməkdə olan neoklassik marjinalizmin analoqu kimi XX əsrin birinci yarısında yaranmışdır.

Institusionalizmin əsas ideyaları aşağıdakılardır:

- digər iqtisadi cərəyanlar üçün tanış olan kateqoriyalar (qiymət, mənfəət, tələb) maraqların və münasibətlərin daha tam spektrini nəzərə alaraq kompleks şəkildə nəzərdən keçirilir;

- iqtisadiyyat "təmiz" şəkildə deyil, sosial sistemin bir hissəsi kimi araşdırılır;

- iqtisadiyyat digər ictimai təsisatların (mədəniyyət, siyasət və s.) inkişafı üçün bazis kimi başa düşülmür, əksinə, onlara bərabər mənada sayılır ki, bu da klassik siyasi iqtisad üçün səciyyəvidir;

- təsərrüfat subyektləri üçün fəaliyyətdə gəlirin maksimuma çatdırılması deyil, sosial normalara əməl edilməsi prioritet təşkil edir;

- ayrı-ayrı fəaliyyət göstərən subyektlərin deyil, cəmiyyətin maraqlarının birinciliyi tanınır (marjinalizmin əksinə);

- iqtisadiyyata tarazlıq sisteminə yanaşmanın inkar edilməsi və onu inkişaf edən sistem kimi qiymətləndirmək;

- bazar iqtisadiyyatına dövlət müdaxiləsinin dəstəklənməsi;

- yalnız faydalılığı əsas götürən "rasional insan"ın inkarı. İnstitusionalizm tərəfdarlarının fikrincə, fərdin hərəkətləri insanın davranışına təsir edən bütün amilləri (iqtisadi və qeyri-iqtisadi) nəzərə ala bilməməsi səbəbindən proqnozlaşdırıla bilməz;

- bütün iqtisadi kateqoriyaların tanınması statikdir.

Müasir iqtisadi nəzəriyyədə institusionalizmi iqtisadi fəaliyyətin cari şərtlərinə uyğunlaşdıran neoinstitusionalizm xüsusiyyətlərinə rast gəlinir.

2.4. Azərbaycan iqtisadi fikir tarixi və onun formalaşması

Azərbaycanda mənşəyi qədim dövrlərə gedib çıxan ictimai-iqtisadi fikir uzun və mürəkkəb inkişaf yolu keçmişdir. İlk iqtisadi fikrin ən etibarlı mənbələri şifahi xalq yaradıcılığı abidələridir. Azərbaycanın sosial-iqtisadi həyatı haqqında ilkin tarixin müxtəlif mərhələlərində zəngin məlumatlar ayrı-ayrı qaynaqlarda saxlanılır. Eramızdan əvvəl VII əsrdə bir sıra Şərqi ölkələrində yayılmış, sonra zərdüştlüyə çevrilmiş mazdakizm təlimində olan iqtisadi xarakterli məlumatlar günümüzədək gəlib çatmışdır (eramızdan əvvəl VI əsr). Azərbaycan iqtisadi fikrinin rudimentləri hind əfsanələrində (eramızdan əvvəl VII-VI əsr) İran işğal müharibələri ilə bağlı, Herodot tərəfindən yazılmış, dini-fəlsəfi qədim mətnlərdə, "Avesta" və s. əsərlərdə öz əksini tapmışdır [29, səh. 118-125].

"Avesta" Azərbaycan və bir sıra digər Şərqi ölkələrində qədimdə və erkən orta əsrlərdə yayılmış müqəddəs dini kitabdır [14, səh. 26- 29]. Bu kitabın yalnız bir hissəsi dövrümüzə qədər qorunub saxlanmışdır. "Avesta"-da o dövrün məhsuldar qüvvələrinin və istehsal münasibətlərinin vəziyyəti əks olunmuşdur. Kitabda kənd təsərrüfatı, maldarlıq, bağçılıq məsələlərinə daha çox diqqət yetirilir, əkinçilikdə tətbiq olunan süni suvarma, suvarma kanalla-

rının tikintisi, primitiv formada aqronomiya və zootexnika haqqında məlumatlar vardır. Kənd təsərrüfatına xüsusi diqqət ayıran "Avesta" torpağı sevməyi əmr edir - "Bu, ən vacib məsələdir. Xalqların xoşbəxtliyi əkinçilikdən asılıdır". "Zərdüştilik" qanununa əsasən, torpağı münbit etmək üçün qayğıkeş əməklə çalışmaq lazımdır və bununla əlaqədar olaraq kanal sistemi tərəfindən suyun yayılması vacib və müqəddəs iş sayılır, məhsuldarlığın artırılmasına son dərəcə böyük diqqət yetirilirdi, buna çağırış "Zərdüştilik" təlimində mərkəzi ideya idi. Sosial-iqtisadi fikrin tarixi həmişə maddi həyatla şərtlənmiş real gerçəkliyi əks etdirmişdir. Eramızdan əvvəl Azərbaycan ərazisində müxtəlif dövlət qurumları mövcud idi: Manna, Midiya, Atropatena, Albaniya. Burada ictimai əmək bölgüsü, sənətkarlıq və əmtəə-pul münasibətlərinin artması geniş inkişaf etmişdir. Bu proses Azərbaycan ərazisində feodal quruluşunun yaranması ilə daha da güclənmiş (eramızdan əvvəl III əsr), burada müxtəlif istehsalatlar metalların emalı, dulusçuluq, zərgərlik işi və s. təşəkkül tapmışdır. Ticarət inkişaf etmiş, bir çox məhsulların, o cümlədən ipək, yun, neft, zəfəran, mis və gil qabların qonşu və uzaq ölkələrə ixracı genişləndirilmişdi.

Bu dövrün iqtisadi fikri xalq kütlələrinin feodal istismarının gücləndirilməsinə və bununla bağlı kəndli icmasının parçalanma prosesinə reaksiyasını əks etdirirdi. V və VI əsrlərdə mazdakizmin dini-fəlsəfi təlimləri əlaməti altında feodal asılılığa qarşı hərəkət daha əhəmiyyətli idi. Azərbaycanda mazdakizm ideologiyası geniş yayılmışdı. Mazdakit hərəkatının əsas ideyaları yoxsullara maddi yardım, ictimai əmlakın bərabərliyi, feodallara qarşı mübarizə idi. Azərbaycanda ərəblər (VII əsr), ölkəni fəth etdikdən sonra mazdakizm ideyaları yenidən dirçəldi. Onların ideologiyasına görə, sosial bərabərsizliyin əsas səbəbi böyük torpaq mülkiyyəti və feodalların hökmranlığıdır. Xürrəmilər mazdakizm ideyalarına sadıq qalaraq xalqı feodal və torpaq zülmündən qurtulmaq, əmlak cəhətdən bərabərlik yaratmaq, torpaqların kəndlilər arasında ədalətli bölüşdürülməsi uğrunda mübarizəyə çağırırdılar. Nizam-əl-Mülk Mazdakın sözlərini çatdırır: "Əmlak insanlar arasında bölüşdürülüb, insanlar

Allahın qulu və Adəmin uşaqlarıdır. Ehtiyacı olanlar digərlərinin əmlakından istifadə etsinlər, çünki hamı bərabər vəziyyətdə olmalıdır və yoxsulluğu, kasıbçılığı hiss etməməlidirlər."

Ərəb xilafətinin zəifləməsindən sonra Azərbaycanda bir sıra feodal dövlətlər yarandı ki, onların arasında Şirvanşahlar dövləti (X əsr) xüsusilə seçilirdi. Elm və mədəniyyət inkişaf etmiş, çoxlu sayda görkəmli alim və şairlər Azərbaycanın tarixinə öz töhfələrini vermişdir. İqtisadi fikirdə də Azərbaycanın özünəməxsus intibahından danışmaq olar. Şərqi bir çox dövlətlərində olduğu kimi, Azərbaycanda da feodal münasibətləri özünəməxsus idi. Feodal iqtisadi sistemin formalaşması mürəkkəb şəkildə patriarxal-qəbilə münasibətlərinin qalıqları, qul əməyindən istifadə, torpaq üzərində dövlət mülkiyyətinin geniş yayılması ilə üst-üstə düşürdü. Orta əsr Azərbaycan feodal cəmiyyəti, xüsusilə erkən inkişaf dövründə İranın feodal quruluşundan kənd icması ilə də fərqlənirdi. Orta əsr Azərbaycanda feodal münasibətlərinin inkişafına Səlcuq istilasının əhəmiyyətli təsir göstərmişdir.

Azərbaycan oğuzlarının ən erkən dünyagörüşləri, onların ayin və inancları oğuzların "Ulu xanət Bitiçqi sözü" nin qəhrəman keçmişindən, həmçinin Paris Milli Kitabxanasında saxlanılan digər "oğuznamə uyğur" əlyazmasından bəhs edir. Bu mənəvi mədəniyyət abidələri Azərbaycan oğuzlarının dualist baxışlarını əks etdirərək, xeyirlə şərini iki əks qüvvəsinin toqquşmasını göstərir. Onlar, eyni zamanda, VI-XI əsrlər dövründə qədim türk tayfalarının məişəti haqqında məşhur təsəvvür yaradırlar. Bir çox türkdilli xalqların, xüsusən də azərbaycanlıların etnogenezində böyük rol oynayan oğuzlar "Oğuz-xan qəbiləsinin" qonşu tayfalarla yaşadıkları təsərrüfat, məişət, müharibələrə həsr olunmuş çoxsaylı əfsanələr, dastanlar yaratmışlar. Xalq yaradıcılığının gözəl nümunələri uzun əsrlər boyu qədim Azərbaycanın yaşadığı bütün tayfalar arasında sevgi və populyarlıqdan istifadə edən "ozan" müğənniləri tərəfindən verilmişdir. Dünya mədəniyyəti xəzinəsinə daxil olan Azərbaycan xalq eposunun əsərləri içərisində "Dədə Qorqud" haqqında epik dövr xüsusi yer tutur. Bu abidə orta əsr Azərbaycanının ictimai həyatı, təsərrüfat quruluşu və mədəniyyəti haqqında parlaq

təsvür yaradan zəngin ədəbi mənbədir. Təəssüf ki, eposun yazılma vaxtı və ya onun müəllifi haqqında heç bir dəqiq məlumat yoxdur.

"Dədə Qorqud" epik dastanlarının bəzi süjetləri bizə əsrlərin dərinliklərindən gəlib çatmış və Azərbaycan oğuzları arasında formalaşmazdan xeyli əvvəl yaranmış faktlar və hadisələri özündə əks etdirir. Eposun ayrı-ayrı nağılları artıq IX-X əsrlərdə məlum idi, qəhrəmanlıq nağılı formasında isə bu süjet VI-VIII əsrlərdə Altay dağlarının ətəklərində mövcud olmuşdur. Sonrakı dövrlərdə "Qorqud haqqında epik rəvayətlər" bir sıra yeni personajlarla zənginləşmiş, Azərbaycanda təxminən X-XII əsrlərdə baş vermiş hadisələr və faktlar öz süjet tərkibinə daxil edilmişdir. Eposun on iki qəhrəmanlıq dastanında dövrün çox mühüm ictimai-iqtisadi münasibətləri geniş və düzgün əks olunmuşdur. Oğuz icmasının iqtisadi bazası icmaların mənafeyini birləşdirən oturaq və köçəri üzərində icma mülkiyyəti idi. Bu epik nağıllar belə bir qənaətə gəlməyə əsas verir ki, Azərbaycan oğuzları cəmiyyətində artıq X-XII əsrlərdə icma-qəbilə quruluşunun qalıqlarını saxlamaqla yanaşı, kifayət qədər inkişaf etmiş feodal münasibətləri sistemi formalaşmışdır. Hərbi əsirlərin köləliyi dastan qəhrəmanları üçün adi hal hesab edilirdi.

"Dədə Qorqud" dastanının və orta əsr Azərbaycanının digər yazılı mənbələrinin verdiyi məlumatlar göstərir ki, pullar Azərbaycan oğuzlarının həyatında müəyyən yer tuturdu. Dədə Qorqud boylarında Azərbaycan oğuzlarının qonşu ölkələrlə - Gürcüstan, Suriya, Bizans, İran ilə geniş ticarət əlaqələrindən bəhs olunur. Oğuz əsilli tacirlər əsasən mal-qara, xalça, dəri məmulatı, xəz satır, taxıl, ipək və pambıq parçaları, zinət və hərbi ləvazimat alırdılar. Eposdan görüldüyü kimi, həmin dövrdə pulun rolunu eyni zamanda qızıl və gümüş yerinə yetirirdi. Pul dövrüyyə funksiyasını yerinə yetirərək əldən-ələ keçirdi. "Dədə Qorqud" da oğuz cəmiyyətində feodal renta elementlərinin olmasını mütləq sübut edən bir çox anlayışlara rast gəlmək olar. Burada söhbət köçərilərdə torpaq ictimaiyyətinin reallaşdırılmasının özünəməxsus iqtisadi forması olan emal rentasının primitiv formalarından gedir. Belə ki, sırası

icmalar odun tədarükündə qəbilə başçısının xeyrinə növbəlilik qaydasında işləməli idilər. Bu rentanın digər növü mal-qara otarmaq idi. Patriarxal forma əsasən renta məhsulları ilə çıxış edirdi, görünür, feodal torpaqlarında mal-qaranın otarılması üçün haqq ödənilirdi.

Azərbaycan xalqının böyük oğlu *Nizami Gəncəvinin* əsərləri dünya ədəbiyyatının qızıl fondunun ən parlaq səhifələrini təşkil edir və bəşəriyyətin böyük zəkalarının yaratdığı abidələr sırasında mühüm yer tutur. Nizami XII-XIII əsrdə Azərbaycan xalqının tarixində mühüm rol oynamış, qədim dünyanın və müsəlman Şərqi zəngin mədəniyyətini miras almış qeyri-adi zəngin hadisələr dövründə yaşayıb yaratmışdır. Ərəb Xilafətinin tərkibinə o dövrdə Yaxın və Orta Şərq, Asiya və Afrikanın çoxsaylı xalqları daxil idi və onların hamısı bu və ya digər dərəcədə zəngin müsəlman mədəniyyətinin yaradılmasında, elm və incəsənətin inkişafında öz rolunu oynayırdılar. Bu, Azərbaycanın Şərqin ən mühüm mədəniyyət və iqtisadi mərkəzlərindən biri olduğu dövr idi. Nizami insan şəxsiyyətinin azadlığı, humanizm kimi böyük ideyaların və fəlsəfi təlimlərin yaradıcılarından biridir. Bu dövrdə Avropada intibah dövrünün bütün şəraiti yaradılmışdı. Renessans şəxsiyyətin, onun daxili dünyasının, dini mövhumatların zülmündən xilas edilməsi, onun fəvqəltəbii qüvvələrin hökmranlığından müstəqilliyinin tanınması demək idi. Azərbaycanda Renessans üçün mənəvi həyat sahəsində bütün ilkin şərtlər Nizaminin yaradıcılığı ilə birbaşa bağlıdır. Onun əsərlərində ilk dəfə olaraq insan şəxsiyyətinə maraq və humanizm öz ifadəsini tapmışdır [29, səh.125-132].

Nizami Gəncəvinin iqtisadi fikirləri də diqqətə layiqdir. O, öz əsərlərində cəmiyyətin qüsurlarını, bəzilərinin sərvətini və başqalarının yoxsulluğunu, xalq kütlələrinin zülmünü, onlara qarşı edilən ədalətsizliyi və zorakılığı pisləmişdir. Nizami məzlum kütlələrin feodal zülmünə qarşı mübarizəsinə rəğbət bəsləyirdi, mənasız var-dövlətə, dəbdəbəyə, zülmkarlara nifrət edir, kasıbları müdafiə edirdi. Nizami əməyin, onun yaradıcılıq qüdrətinin tərənnümünü verir və hesab edirdi ki, əmək insanın maddi əmin-amanlığına, qürura və ləyaqətə təminat verir, çünki əməkdə bütün

insanlar bərabərdir. Nizami daha yaxşı gələcək uğrunda mübarizə ideyasını "şüurun gücü" nə ümid edərək elan etmişdir. Sosial bərabərlik ideyasını inkişaf etdirən "İsgəndərnamə" poemasında o, sosial utopiya yaratmışdır. Nizaminin təsvir etdiyi hər hansı bir ölkədə ümumi bərabərliyə əsaslanan ideal ictimai quruluş var, orada zadəgan və alçaq, yoxsul və varlı yoxdur. Bütün insanlar çalışır, istehlak vasitələrinin bərabər paylanması var. Orada müharibə yoxdur və əbədi sülh hökm sürür.

Nəsirəddin Tusi görkəmli mütəfəkkir, astronom, riyaziyyatçı, həkim, elmin müxtəlif sahələrində çoxsaylı əsərlərin müəllifidir. O, 1201-1274-cü illərdə yaşamış, Azərbaycanda dünya şöhrətli "Marağa Rəsədxanasını" yaratmışdır. N.Tusinın sosial-iqtisadi görüşləri "Əxlaqi Nasiri" əsərində yer alır [29, səh.132-139]. Burada N.Tusinın iqtisadi baxışlarının əsasını sərvətin əsas mənbəyi kimi ictimai əmək bölgüsü təşkil edir. Tusi hesab edirdi ki, hər bir istehsalçı öz qabiliyyətlərinə uyğun olaraq müəyyən iş növünə uyğunlaşmalıdır. O, hesab edir ki, bu, cəmiyyətdə mövcud olan istehsalçılar arasında iqtisadi əlaqələr və qarşılıqlı asılılıqlar mövcuddur. Tusi "Əxlaqi Nasir" də yazır: "Bir nəfər yeyə bilməmişdən əvvəl min nəfər ona işləməlidir". "Əxlaqi Nasir"də Tusi qiymət və qiymətin əmələ gəlmə məsələlərinə böyük diqqət yetirir, pulun mənşəyinin səbəblərini izah edir. Pulun yaranma şərtlərini təsvir etmək çox maraqlıdır, o yazır: "Sivil xalqlar təbiətinə görə adi həyatda istehsalçıdırlar, bir-birinə kömək edirlər. Bu yardım ondan ibarətdir ki, onlar bir-birinə xidmət edir, birindən nəsə alır, digərinə satırlar, yəni tarazlığı, tənliyi və bərabərliyi saxlamaq üçün hərəkət edirlər. Məsələn, xarrat öz əməyinin məhsulunu malyara, malyar isə öz növbəsində xarrata verir. Bu nöqtədə, xarratın hazırladığı əşya malyardan daha çox miqdarda və ya əksinə, daha yaxşı olacaq. Buna görə də istər-istəməz tənlik və bərabərlik vasitəsilə elə bir vasitəyə ehtiyac yaranır ki, burada "dinar" təmin edir. Qiymət anlayışına gəldikdə, o, sırf istehlakçı mövqeyindən baxır. Qiymət, tacirlərin mübadiləsində əldə edilən fayda ilə əlaqələndirilir: "Malların ucuz alınması və daha bahalı satılması" vasitəsilə. "Əxlaqi Nasir"də Tusi "əmək" kateqoriyasını açıqlayır və göstərir

ki, əmək insan cəmiyyətinin mövcudluğunun ən mühüm şərtidir. Onun fikrincə, "həyatda heç bir şey əməkdən daha qiymətli ola bilməz". Tusi onu əsas tutmuşdur ki, sərvətin mənbəyi dövlətin zəhmətidir və sərvəti xalqın sərvətinə əsaslanmalıdır. Cəmiyyətin əməksiz təbəqələrini kəskin şəkildə pisləyən Tusi onlara zahidləri də aid etmişdi. O hesab edirdi ki, valideynlər uşaqlarda əməyə hörmət və məhəbbət hissi tərbiyə etməlidirlər, əks halda, onlar həyatda uğursuz olacaqlar.

Onun "Maliyyə haqqında" traktatında feodal dövlətinin gəlir və xərclərinin təsnifatı verilir, burada dövlət xəzinəsinin xərclərinə həsr olunmuş xüsusi fəsil vardır. Dövlət xəzinəsinin birinci dərəcəli vəzifələri aşağıdakılardır: orduya və dövlət aparatının saxlanması, səfirlər və səyyahların xərclərinin ayrılması; ehtiyacı olanların maliyyələşdirilməsi; abadlıq xərcləri; rəbətənin təşkili.

Traktatda dövlətin gəlirləri və xərclərinin iki kateqoriyaya bölünməsi mütərəqqi hesab olunur: dövlət xəzinəsinin gəlirləri və xərcləri; dövlət rəhbərinin şəxsi gəlirləri və xərcləri. Tusi dəfələrlə dövlət xəzinəsinin gəlirləri və xərclərini dövlət rəhbərinin şəxsi gəlirləri və xərclərindən ayırmağı məsləhət görür. Çünki dövlətdə məhkəmə xərcləri büdcənin bir hissəsinin faizini udurdu və xəzinənin dövlət xərclərini ödəmək üçün kifayət qədər vəsaiti yox idi. Tusinin traktatı müəllifin dövlətin maliyyə sisteminin effektiv formalaşmasını və cəmiyyətin inkişafına kömək edən bir sıra mütərəqqi ideyaları ehtiva edir. Bu, vergi ödəyicilərinin torpaqlarının gəlirliliyi və əmlak vəziyyətindən asılı olaraq, əhaliyə vergi təzyiqinin azaldılması, əkinçilərə təsir yolu ilə iqtisadi inkişafın stimullaşdırılması, dövlət xəzinəsinin gəlirləri və xərcləri, dövlət rəhbərinin şəxsi gəlirləri və xərclərindən bölünməsi və ayrılmasıdır. Bundan başqa, Tusi dövlət büdcəsində yoxsullara, dullara, əlillərə və başqalarına dövlət müavinətlərinin verilməsini nəzərdə tutmağı təklif edirdi.

Orta əsr müsəlman iqtisadçıları sırasında dünyada ilk sosioloq, ensiklopedik alim *Rəhman ibn Məhəmməd ibn Haldun əl-Hadrami* (1332-1406) xüsusi yer tutur. İbn Haldunun ən böyük işi "Böyük tarix" və ya "Ərəblər, farslar və berberlər və onların

müasirlərinin böyük ölçülərə malik olduqları günlər haqqında İbrətəməz nümunələr kitabı və məlumat divanı"dır. Lakin bu əsər bütövlükdə deyil, ona "Giriş" ("Müqəddimə") böyük şöhrət qazandırmışdır. İbn Haldunun ölümündən sonra "Müqəddimə" müvəqqəti olaraq unuduldu və yalnız beş əsr sonra tədqiqatçılar ona diqqət yetirdilər. İbn Haldunun iqtisadi məsələlər üzrə çox dəyərli nəticələri və mülahizələri var, hansı ki, bir çox məsələləri xəyali şəkildə aparmışdır. Bir iqtisadçı kimi İbn Haldunun əsas üstünlüklərindən biri də xarici təsirlərdən asılı olmayaraq, ilk dəfə cəmiyyətin mütərəqqi inkişafı haqqında fikir söyləməsidir. İbn Haldunun tarixi prosesin gedişinə baxışlarının əsasını siyasi quruluşun təkamülü deyil, təsərrüfat formalarının təkamülü tutur. Alim cəmiyyətin daxili inkişaf mənbəyi kimi insanların əmək fəaliyyətini hesab edirdi. O da sələfləri kimi iqtisadi məsələləri digər problemlər kontekstində nəzərdən keçirirdi və fənlərarası yanaşmadan istifadə edirdi. Alim coğrafi faktora və onun insanların dolanışıq üçün vəsait hasil etməsi zamanı iqtisadi fəallığına təsirinə böyük diqqət yetirirdi. Bu mənada onun coğrafi determinizm konsepsiyasının nümayəndələri ilə oxşarlığı vardır. İbn Haldun hesab edirdi ki, coğrafi mühitin insana nə kimi imkanlar verməsindən asılı olaraq, onun ehtiyacları inkişaf edir – əvvəlcə qida, mənzil, təmin edildikcə isə elm, incəsənət sahəsində mənəvi istəklər. Belə ki, mülayim iqlimdə yaşayan bir şəxsə, iqlim əmək üçün arzu stimullaşdırır və bu ərazidən (şimal və cənub) kənarında yaşayanlarda belə stimulu müvafiq olaraq zəiflədir. Ancaq bir insanın hansı iqlimdə yaşamasından asılı olmayaraq, o, tək yaşamaq üçün vəsait əldə edə bilməz. "Allah həyat üçün ona qida ehtiyacı müəyyən etmişdir, çünki onun kimi olan bütün şəxslərə yardım lazımdır, belə bir qarşılıqlı yardım olmasa, insan özü ruzi əldə edə bilməz, və yaşamaq mümkün deyil. Silahsız həyatını qoruya bilməyəcək. Onu, heyvan parçalayar və vaxtından əvvəl ölüm gələr. Əgər bir-birinizə kömək etsəniz, o sizin üçün xeyirli olar. Sonra bir insanın varlığını və onun nəslinin qorunması haqqında Allahın hikməti yerinə yetəcək. Beləliklə, bu birlik insan irqi üçün lazımdır". Bununla yanaşı, İbn Haldunun fikrincə, "nəsillərin yaşadığı şərait insan-

ların necə dolanışıq əldə etməsindən asılı olaraq fərqlənir". Alimin təsnifatına uyğun olaraq insanlar iki kateqoriyaya bölünür: dolanışıq üçün təbii yolla (heyvandarlıq, əkinçilik) yaşayan və sivilizasiya vəziyyətində olanlar. Birinci qrupdan olan insanlar ehtiyaclarının həddini aşan şeyləri əldə edə bilmirlər, başqa sözlə, primitiv vəziyyətdədirlər. Amma insan tələbatının həcmi üstələyən artıq cəmiyyət primitivlik vəziyyətindən sivilizasiya vəziyyətinə doğru inkişaf edir ki, bu da son nəticədə belə bir cəmiyyətin təkrar istehsalı, passivliyi, durğunluğu və məhvi böhranına gətirib çıxara bilər. Bu zaman insanların birləşməsinə az rast gəlinir. Bəşəriyyətin dövlət institutuna obyektiv ehtiyacı var. İbn Halduna görə, dövlətin əsas məqsədi ictimai həyat üçün normal şəraitin təmin edilməsi, istehsal və mal mübadiləsi şəraitinin təmin olunmasıdır. Dövlətin də iqtisadi həyatın fəallaşdırılması, malların istehsalına tələbatın yaxşılaşdırılması funksiyası vardır. Bundan başqa, dövlət bütün malların satıldığı ən böyük bazarı təmin edir. İnsanların rifahının yüksəlməsi dövlətin siyasi vəziyyətindən birbaşa asılı vəziyyətdədir. İbn Haldun insan orqanizmini dövlətə bənzədərək hesab edirdi ki, hər bir dövlət ölümə məhkumdur, bir qayda olaraq, öz inkişafının bir neçə fazasını yaşayır: qələbə mərhələsindən tutmuş, erköynlük və israfçılıq mərhələsinə qədər.

İbn Haldunun fikrincə, sivilizasiyanın inkişafı "ümran bədəvi" dən (kənd həyatı) cəmiyyətin inkişafının ən yüksək və sonuncu forması olan "ümran hədəri"yə (şəhər həyatı) gedir. O, "ümran" termini altında bir sıra sosial, iqtisadi və demoqrafik anlayışların məcmusunu başa düşür. Əhalinin sayı dövlətin və onun vətəndaşlarının rifahına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Dövlətdə əhalinin artması labüd olaraq əmək məhsullarına tələbatın artmasına gətirib çıxarır. Bu və ya digər şəhərdə nə qədər çox insan yaşayırsa, əhalinin adambaşına bir o qədər çox maddi nemət düşür. Öz növbəsində, rifahın yüksəlməsi əhalinin artımına əlverişli şərait yaradır. İbn Haldunun son durumu Şərq xalqlarının mentalitetini əks etdirir və Qərb xalqlarına heç də həmişə tətbiq oluna bilməz. Son onilliklərdə Qərbdə əks tendensiya müşahidə olunur: imkanlı ailələr çoxsaylı nəslə yiyələnməyə tələsmirlər, çoxuşaqlı

ailələr yoxsulların qismətinə çevrilirlər. İbn Haldun qeyd edirdi ki, "çiçəklənən cəmiyyətdə ilkin tələbat mallarının qiyməti aşağı, zinət əşyaları isə yüksək olaraq qalır. Eyni zamanda, kasıb cəmiyyətdə gündəlik tələbat mallarının qiyməti, əksinə, yüksək, indi "lüks" sinfə aid olan mallar isə aşağı olacaq". İbn Haldun, həqiqətən də, ilk zərurət olan mallara olan tələbatın zinət əşyalarına olan tələbatdan daha az elastik olduğunu qeyd edən ilk şəxs idi. İnsanlar arasında qarşılıqlı yardım və birlik müxtəlif alətlərdə insanın ehtiyaclarından qaynaqlanan əmək bölgüsü ilə birbaşa bağlıdır. Əmək bölgüsü həm istehsalçının ehtiyaclarını ödəmək, həm də mübadilə etmək üçün daha çox məhsul istehsal etməyə imkan verir. Əmək bölgüsü mübadilə predmeti olan əlavə məhsulun istehsalı üçün zəruri şəraitin yaradılmasının əsasını təşkil edir. S.M.Batsiyeva haqlı olaraq göstərir ki, İbn Haldun dəyərin sirrini həll edən ilk tanınmış iqtisadçı idi – o, ilk dəfə əsərində dəyərin substansiyasını görmüşdü. İbn Haldunun sözlərinə görə, insan əməyi təkcə ictimai inkişafın deyil, həm də fərdi varlığın mənbəyidir. "Gəlirlərdən insanlar faydalanırlar, bu onların əməyinin qiymətinə uyğundur. Əgər kimsə heç işləməsəydi, o, hər bir gəlirdən məhrum olardı. Gəlirin dəyəri sərf olunan əməklə müəyyən edilir". Amma İbn Haldunun nəzəriyyəsi, demək olar ki, heç bir əmək sərf etməyən zadəganların öz həyatının böyük hissəsini əməyə həsr etmiş yoxsullardan daha çox gəlir əldə etmələrindən irəli gələn ziddiyyətlərə əsaslanırdı. Alim bu ziddiyyəti onunla izah edirdi ki, tanınmış şəxsin gəliri ona görə formalaşır ki, onun əvəzinə onların əməyinə ekvivalent olan bir şey almayan başqaları işləyirlər. Belə ki, məsələn, kənd təsərrüfatı və sənətkarlıq məhsullarından artıq qalan məhsul nüfuzlu insanlar tərəfindən mənimsənilən artıq əməyin müxtəlif formalarıdır. İbn Haldun istehlak qiymətlərini *rizk və qəsbə* böldü. Bir insanın öz qabiliyyətləri və əməyi sayəsində və "Allahın köməyi ilə əldə etdiyi hər şey *"qəsb" adlanır - "satınalma, mənimsəmə"* kimi tərcümə edilə bilən bir termindir. Əgər bir şəxs nə isə əldə edir və bu onun ehtiyaclarını ödəmək üçün istifadə olunursa, bu termin *"rizk"* adlanır, yəni *"dolanışığ vasitələri"*. İbn Haldunun buyurduğu kimi, zəhmətin məhsulda yer alması vacib-

dir. İnsan isə alqı-satqı obyektı olmayan əməyin deyil, bərabər dəyərlərin mübadiləsi zamanı əməyin nəticələrini əldə edir. Öz növbəsində, əmtənin istehsalına sərf olunan əmək qiymətlərdə reallaşır. İbn Haldunun pul funksiyası kimi məsələyə böyük diqqət yetirməsi olmuşdur. Alimin fikrincə, pulun yaranması ticarət mübadiləsinin canlanması, əlaqələrin genişlənməsi ilə bağlıdır. İbn Haldun təbiəti və pulun yaranma səbəblərini araşdırarkən, qızıl və gümüşün bazardakı dəyişikliklərə məruz qalmadığı üçün pul halına gəldiyini düşünürdü. Bu metalların nadirliyi və onların hasilatı və emalı üçün böyük əmək xərcləri yüksək qiymətə səbəb olur. Lakin qızıl və gümüşün yerinə yetirdikləri funksiyalara görə mal deyil, alətlər olduğunu xatırlamaq lazımdır. Dövriyyədə olan pulun miqdarına gəldikdə isə, bu, təkcə cəmiyyətin müəyyən inkişaf səviyyəsindən deyil, həm də malın başqa ölkələrə ixracının mümkünlüyündən asılıdır. Bununla yanaşı, İbn Haldunun fikrincə, dövlətdə qızıl və ya gümüş ehtiyatlarının (və ya digər təbii resursların) olması iqtisadi inkişafı hələ özlüyündə təmin etmir. Sonuncu, iqtisadi fəaliyyətdən və əmək bölgüsündən, bu da öz növbəsində bazarın və silahların həcmindən asılıdır. Bu zaman alətlərin özləri əlavə vəsait və ya artıq vəsait hesabına yaradıla bilər. Bazarın genişlənməsi isə xidmət və mallara tələbatı artırır ki, bu da öz növbəsində istehsalın artmasına, insanların gəlirinin çoxalmasına, elm və təhsilin inkişafına kömək edir, inkişaf prosesini sürətləndirir. Digər müsəlman iqtisadçıları kimi, İbn Haldun vergitutma məsələlərinə böyük diqqət yetirirdi və hesab edirdi ki, "vergi və rüsvətlər dövlətin materiyasını təşkil edir". Əhalidən həddindən artıq rüsvətlər (xüsusən də zorakılığın tətbiqi ilə) almaq insanları onların əməyinin nəticələrindən məhrum edir və dövlətdə tərəqqini ləngidir. Əgər vergilər artmırsa, insanların əmək və istehsalda marağı olur. "Bil ki, İbn Haldun" Müqəddim " də yazırdı ki, dövlətin varlığının başlanğıcında vergi böyük deyil, vergilərin məbləği isə böyükdür, halbuki dövlətin mövcudluğunun sonunda paylar böyükdür, məbləğ isə azdır. Bunun səbəbi odur ki, əgər dövlət dini qaydalara əməl edirsə, heç bir şey tələb etmir, müəyyən edilmiş yığımlardan başqa heç nə tələb etmir". Müsəlman cəmiyyətinin hə-

yatında ticarətin hansı rolu oynadığı və oynamaqda davam etdiyi hamıya məlumdur. Lakin İbn Haldun sahibkarlıq fəaliyyəti azadlığının ardıcıl tərəfdarı kimi çıxış edərək, insanın yaşaması üçün vəsait əldə etmək vasitəsi kimi ticarətlə bağlı kifayət qədər tənqidi fikirlər söyləyir. Onun fikrincə, ticarət, yaşayış əldə etmək üçün təbii bir növ olsa da, onun metodları və üsulları daha çox satın alınan və satılan dəyərlərin arasındakı fərq əldə etmək üçün hiylələrdir. Alim dövlətin biznes münasibətlərində tərəflərdən biri kimi iştirakına etiraz edib, çünki bu, digər tərəfləri bilərəkdən qeyri-bərabər vəziyyətə salır. İbn Haldun biznesdə hakimiyyət nümayəndələrinin iştirakını da pisləyirdi. O, arzuolunmaz kommersiya fəaliyyətinə müasir dünyada çox geniş yayılmış təcrübəni də aid edirdi ki, dövlət kənd təsərrüfatı istehsalçılarından məhsulları aşağı qiymətlərlə alır, sonra isə bazarda əhəmiyyətli dərəcədə yüksək qiymət əlavəsi ilə satır.

İqtisadi ideyalar və təxəyyül orta əsrlərdə cəmiyyətin müəyyən tarixi inkişafının və onun iqtisadi şəraitinin ifadəsi kimi yaranıb. Məlumdur ki, Azərbaycan xalqının iqtisadi ideyaları və təsəvvürləri orta əsrlərdə, xüsusən XI-XIV əsrlərdə çox zəngin olmuş və inkişaf etmişdir, baxmayaraq ki, iqtisadi fikir qədim zamanlardan Azərbaycanda mövcud olmuşdur. O vaxtdan bizə gəlib çatan əmək alətləri iqtisadiyyat tarixinin və onun iqtisadi ideyasının, habelə qədim insanların necə və nə istehsal etməsi, onların ümumi həyat şəraiti haqqında məlumatların dərin araşdırılması əsas vəzifələrimizdəndir.

Azərbaycan və Şərqlə tarixinə dahi mütəfəkkir və istedadlı şair kimi daxil olan *İmadəddin Nəsimi* öz dövrünün qabaqcıl sosial-iqtisadi fikrinin görkəmli nümayəndələrindən biridir. Nəsiminin sosial-iqtisadi baxışları Şamaxı, Hələb şəhərlərinin iqtisadi inkişafının və o dövrdə hökm sürən istehsal münasibətlərinin təsiri altında formalaşmışdır. O zaman Şamaxı və Hələb şəhərləri iri ticarət mərkəzləri idi [29, səh.140-142]. Onlar Şərqlə Qərblə arasında ticarət-iqtisadi əlaqələrin inkişafında xüsusi rol oynamışlar. Şair maddi dəyərlər yaradan insanların fəaliyyətini hər şeydən üstün tutur, onları ən dəyərli sərvət hesab edir. Nəsiminin yaradıcılığı

bütün təzahürlərində hakim istehsal münasibətlərinə nifrətlə ifadə olunur. Nəsiminin iqtisadi cəhətdən tənqid olunan cəmiyyətin çatışmazlıqlarını və qüsurlarını iqtisadi münasibətlərdə, maddi bazisdə gördüyünü iddia etmək çətindir. Lakin feodalizm üçün xarakterik olan tamahkarlıq, acgözlük, əmlak bərabərsizliyi və s.kimi hadisələrin Nəsiminin yaradıcılığında geniş əks olunması onu göstərir ki, şair yaşadığı cəmiyyətin sosial ziddiyyətlərinə biganə qalmayıb. Digərlərinin əməyi hesabına həyatın əmlak bərabərsizliyinə etiraz edən Nəsimi bir çox əsərlərdə insanları ədalətə çağırır. Nəsiminin əsərlərində əməyin tərənnümünə böyük yer ayrılmışdır. Eyni zamanda, şair görür ki, bir qayda olaraq, cəmiyyətin ən yoxsul təbəqələri öz əməyi ilə yaşayırlar. Belə insanlar hər cür hiylədən və ikiüzlülükdən uzaq olduğundan, yoxsulluğu yaxşı hesab etməyə başlayır, zənginliyi qınayır. Nəsimi zəhmətkeş insanları amansızcasına istismar edənləri hiddətlə pisləyir, onlara xəbərdarlıq edir ki, bu, xalq qəzəbinə səbəb ola bilər. Nəsimi insanları biliyə çağırır, biliyi insanın əsl sərvəti hesab edir. Baxmayaraq ki, bilikli insanın feodal cəmiyyətində məsləkdaşları az olur və o, pis vəziyyətdədir, şair biliyi insan ləyaqətinin ən mühüm meyarı hesab edir.

M.Füzuli ensiklopedik biliyə malik böyük şair, filosof və alimdir. Öz əsərlərində dahi şair yaşadığı cəmiyyəti aşağıdakı qruplara və təbəqələrə bölmüşdü:

- Nəzəri və mənəvi fəaliyyət ilə məşğul olan insanlar;
- Dövlət başında duran və hakimiyyətin müxtəlif nümayəndələri olan insanlar;
- Tacirlər;
- Fermerlər;
- Sənətkarlar [29, səh.142-145].

Bu zaman Füzuli əkinçinin əməyini ən layiqli və faydalı hesab edir, sənətkarlığın öyrənilməsinin əhəmiyyətindən ilhamla danışıq. Füzuli ölkələr arasında iqtisadi münasibətlərin ən geniş yayılmış və ənənəvi forması olan ticarət münasibətlərinin inkişafını çiçəklənmənin və iqtisadi inkişafın mühüm şərti kimi nəzərdən keçirir. Bu mövzu onun yaradıcılığında geniş əks olunub və görünür, uzun

müddət Füzulinin yaşadığı Bağdad şəhərinin Hindistanı, Avropanı və bütün müsəlman dünyasını birləşdirən mühüm ticarət yolu üzərində olması ilə bağlıdır. Lakin aramsız müharibələr və feodal çəkişmələri ölkələr arasındakı ticarət əlaqələrinə ciddi maneələr yaradırdı və Füzuli buna qarşı çıxış edirdi. Füzulinin dini baxışlarında da sosial-iqtisadi elementlər vardır. Ümumiyyətlə, Füzuli öz əsərlərində ictimai-siyasi xarakterli, iqtisadi problemlərdən və təəssüf ki, tədqiqat mövzusunda kənara çıxan bir çox digər problemlərə toxunur.

XIX əsrin ikinci yarısında yaşamış Azərbaycan mütəfəkkir və yazıçılarının əsərlərində milli-maarif ideyaları üstünlük təşkil etmiş, bu, ilk növbədə M.F.Axundovun, H.B.Zərdabinin, N.B.Vəzirovun və b. iqtisadi baxışlarında özünü zamanın tələblərinə uyğun olaraq əks etdirmiş, Azərbaycanın iqtisadi və mədəni cəhətdən geridə qalmasının səbəblərini üzə çıxarmış, milli dirçəliş yollarını tapmağa və göstərməyə çalışmışdır. O dövrün qabaqcıl ziyalıları fəlsəfi və ədəbi əsərlərdə, qəzet məqalələrində ("Əkinçi" qəzeti) Şərq ölkələrinin, o cümlədən Azərbaycanın sosial - iqtisadi cəhətdən geridə qalmasının səbəblərini açıqlayır və hesab edirdilər ki, bütün bunlar əhalinin savadsızlığından, cahilliyindən, mövhumatçılığından irəli gəlir. Bununla yanaşı, bu dövrdə Azərbaycanın görkəmli maarifçiləri milli özünümüdafiə amilinin artmasına gətirib çıxaran bir çox dəyərli sosia-iqtisadi ideyalar irəli sürmüşlər ki, bu da milli şüurun və iqtisadiyyatın artımına səbəb olmuşdur. Onlar Avropa ölkələrinin qabaqcıl təcrübəsini və texnikasını öyrənməyi, bitkiçilikdə, heyvandarlıqda, ticarətdə yeni mütərəqqi idarəetmə üsullarını tətbiq etməyi tövsiyə etmişlər. M.F.Axundov və N.B.Vəzirov Qərb iqtisadçılarının nəzəri baxışlarından istifadə etmiş, onların Azərbaycanda tətbiq olunmasının tərəfdarı olmuşlar. Çar Rusiyasının müstəmləkə siyasəti iqtisadiyyatın birtərəfli inkişafına, zəngin təbii ehtiyatlardan istifadə olunmasına gətirib çıxarmışdır.

XX əsrin əvvəllərindəki ictimai-siyasi proseslər Azərbaycanda ictimai fikrin, milli partiyaların, bir çox jurnalların, qəzetlərin və digər mətbuu nəşrlərin müxtəlif istiqamətlərinin yaranmasına təkan verdi. O dövrün mütəfəkkirlərinin, alimlərinin, şairlərinin,

yazıçılarının fikirləri, irəli sürdükləri ideyalar, bir çox mətbu nəşrlər-bunlar hamısı iqtisadi elmin inkişaf tarixi nöqtəyi-nəzəridən təhlil edilməli və öyrənilməlidir. Azərbaycanın iqtisadi ədəbiyyatında və iqtisadi siyasətində XIX əsrin ikinci yarısının iqtisadi fikir tarixi, marksist iqtisadi təliminin yayılması və XX əsrin əvvəllərindən sonrakı illərdə mətbuatda əks olunması məsələləri, XX əsrin 80-ci illərində ölkə iqtisadiyyatında iqtisadi qanunların fəaliyyət mexanizminin təhlili, eləcə də bazar iqtisadiyyatına keçid prosesində iqtisadi fikir öz əksini tapmışdır. XIX əsrin ikinci yarısında Azərbaycanın iqtisadi fikri hərtərəfli və məzmunlu olmuş, xalqın həyatının dolğunluğunu əks etdirmişdir.

Bütün bunlar iqtisadi düşüncədə müxtəlif cərəyanların və istiqamətlərin ayrılması üçün əsasdır. Mənbələrə əsasən, iqtisadi fikrin istiqamət və cərəyanlarının aşağıdakı qruplarını qeyd edə bilərik:

- antifeodal istiqamətləri və cərəyanları daxil edən birinci qrup;
- klassik burjua və xırda burjua istiqamətlərini və cərəyanlarını ayıran ikinci qrup;
- marksist - leninçi iqtisadi təlimini, onun istiqamətlərini və axınlarını özündə ehtiva edən üçüncü qrup.

Azərbaycanda XIX əsrin ikinci yarısında iqtisadi fikir aşağıdakı alimlərin adı ilə sıx bağlıdır: M.F.Axundov (1812-1878), H.B.Zərdabi (1837-1907), N.B.Vəzirov (1854-1926) və s. Onlar ölkənin iqtisadi inkişafının, kooperativ birliklərin və kənd təsərrüfatı banklarının təşkilinin, istehsal metodlarının yaxşılaşdırılmasının və işçilərin stimullaşdırılmasının, onların ixtisas səviyyəsinin yüksəldilməsinin tərəfdarı idilər. XIX əsrin ikinci yarısından başlayaraq Azərbaycan mütəfəkkirləri iqtisadiyyatda demokratik dəyişikliklərin lehinə seçim etdilər. Bu, onların maarifçilik və milli dirçəliş ideyalarının üstünlük təşkil etdiyi əsərlərdə öz əksini tapmışdır. Bu baxımdan M.F.Axundovun, H.B.Zərdabinin və N.B.Vəzirovun iqtisadi ideyaları xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Azərbaycanın ictimai xadimləri öz fəlsəfi və ədəbi əsərlərində, qəzet məqalələrində Azərbaycanın iqtisadi çiçəklənmə

ideyalarına, həqiqi azadlığa, tərəqqiyə, məhsuldar qüvvələrin yüksəlməsinə, əhalinin böyük hissəsini təşkil edən kəndlilərin həyat səviyyəsinin yüksəlməsinə daha çox diqqət yetirirdilər. Qeyd etmək lazımdır ki, bu mütəfəkkirlər iqtisadiyyat sahəsində mütəxəssis olmadıqlarına görə, onların bu fikirlərinə qərəzli yanaşmaq olmaz. Şübhəsiz ki, onlar cəmiyyətin iqtisadi həyatının bütün qanunauyğunluqlarını əks etdirə və təhlil edə bilmirdilər. Ancaq onların əsərlərində bir çox iqtisadi kateqoriyalar və şərtlər istifadə olunur və yalnız istifadə edilmir, ətraflı və məzmunlu şəkildə ortaya çıxırdı. Bunlardan iqtisadi elm, o cümlədən siyasi iqtisadiyyat, məhsuldar qüvvələr, mülkiyyət münasibətləri, natural təsərrüfat, istehsalın məqsədi, həyat səviyyəsi, tələbat, istehsal, əmək, əmək bölgüsü, kollektiv əmək, dəyər, kapital, əmtəə, bazar, tələb və təklif, ssuda (borc), maliyyə, böhran, iflas, vergi, mənfəət, rəqabət, qənaət istismar və sair kateqoriyaları göstərmək olar.

M.F.Axundov əhalinin və bütövlükdə ölkənin yoxsulluğunun səbəbini, ilk növbədə, savadsızlığın və əhalinin mədəni geriliyinin, yararsız şəraitdə və iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinin idarə edilməsi üsullarında, cəmiyyətin təsərrüfat həyatının dağılmasında görür. Axundov göstərir ki, kənd təsərrüfatında, bitkiçilikdə, heyvandarlıqda, tərəvəzçilikdə, ticarətdə və digər sahələrdə işlərin aparılması barədə əhalinin düzgün təsəvvürü yoxdur.

M.F.Axundov ölkənin iqtisadi inkişafı üçün yolların abadlaşdırılmasına böyük əhəmiyyət verir. O yazır: "İnsanlar və hökumət bu günə qədər asan həqiqəti dərk edə bilməz ki, əlaqələrin rahatlığı və yolların düzgün qurulması həm vilayətin təhlükəsizliyi və abadlaşdırılması, həm də ticarət və sənayenin uğurları üçün ilk və zəruri şərtidir". Axundov, həmçinin maddi resursların istehsalında ictimai əməyin düzgün bölüşdürülməsinə və ölkənin əmək ehtiyatlarından tam istifadəyə diqqət yetirir. Onun fikrincə, İranın iqtisadi cəhətdən geri qalması və əmək ehtiyatlarından tam istifadə olunmaması nəticəsində çoxlu sayda iranlı qazanc axtarmağa başqa ölkələrə gedir və "xarici ölkələrdə alçaldılmağa" məcburdur. Axundov "İnsan ehtiyacları haqqında" məqaləsində maddi nemətlərin istehsalı və ehtiyacları, onların dialektikası arasında qarşılıqlı

əlaqə məsələlərini nəzərdən keçirir. O göstərir ki, ictimai əməyin müxtəlif istehsal sahələri arasında proporsional bölgüsü prinsipinin pozulması, bəzilərinin digər həyat vasitələrinin çatışmazlığının da müşahidə olunmasına gətirib çıxara bilər. O, kapitalizm şəraitində istehsalla istehlak arasında ziddiyyət olduğunu göstərir və hesab edir ki, burjua ölkələrində əhalinin alıcılıq qabiliyyəti ilə müqayisədə malların nisbi şəkildə təkrar istehsalı iqtisadi böhrana gətirib çıxara bilər. M.F.Axundov qeyd edir ki, "...fransızlar və ingilislər fabrikin ardınca həvəslə fabrik qurmağa; öz sənayesini inkişaf etdirməyə başladılar. Qısa müddət ərzində malların və manufakturanın bu qədər bolluğu meydana gəldi, bütün bunlar əhali üçün tələb olunan miqdardan artıq oldu. Fransa və Avropanın digər ölkələrinin bazarları hər cür mallarla doludur. Lakin onlar (ingilislər və fransızlar) istehsal yarışının nəticələrini başa düşmədilər. Onların ağına da gəlmirdi ki, belə intensiv istehsal nəticəsində kapitalistlər böhrana gəlib çıxacaqlar ki, bu, onları müflisləşməyə, iflas etməyə gətirib çıxaracaqdır...". Lakin kapitalizmin inkişaf qanunlarının hərəkətlərini bilmədən, Axundov həddindən artıq istehsal böhranlarının əsas səbəblərini açıqlaya bilmədi. Beləliklə, o, bu böhranların istehsal və istehlak arasında sadəcə uyğunsuzluqdan qaynaqlandığına inanır. Axundovun əsərlərində sosial bərabərlik ideyaları mühüm yer tutur. Əhalinin yoxsulluğunun səbəbini o, zalımların zəhmətkeşlərin mülkiyyətini mənimsəməkdə görərdü və bu işdə din xadimlərini zəngin siniflərin daimi əlaltıları kimi ittiham edirdi. O, zalımların və ruhanilərin şiddətinin xalq yaxşılığının soyğunçuluğuna gətirib çıxardığına inanırdı. Bu baxımdan, o, insanlar üçün mənəvi və fiziki azadlıq tələb edirdi. Lakin Axundovun ictimai inkişaf qanunlarının dərk edilməsi sahəsində baxışlarının məhdudluğu ona zəhmətkeşlərin mülkiyyət hüququnun həyata keçirilməsinin konkret yollarını və üsullarını müəyyənləşdirməyə imkan vermədi. Bununla yanaşı, onun bu məsələlərin qoyuluşundakı xidmətləri, şübhəsiz ki, Azərbaycanın ictimai-iqtisadi fikrinin inkişaf etməsində mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

M.F.Axundovun müasiri və davamçısı *H.B.Zərdabidir*-Azərbaycan maarifçisi, demokrat, publisist və ictimai xadim. XIX

əsrin ikinci yarısında Azərbaycanın iqtisadi fikrinin dərindən öyrənilməsi üçün M.F.Axundovun zəngin irsini araşdırmaqla yanaşı, H.B.Zərdabinin iqtisadi baxışlarını da nəzərdən keçirmək çox vacibdir. Zərdabinin iqtisadi baxışları əsasən "Əkinçi" qəzetinin səhifələrində öz əksini tapmışdır. O, Azərbaycanın sosial-iqtisadi geriləməsinin səbəblərini Azərbaycanın texniki cəhətdən geri qalmasında görürdü. O, Azərbaycanın xarici dövlətlərdən iqtisadi asılılığının da olduğunu göstərirdi. Belə ki, ölkədə istehsal olunan ipək, pambıq, yun tacirlər tərəfindən xaricə aşağı qiymətə satılır, sonra xarici emalatxanalarda bu xammal hazır məhsula çevrilir, daha sonra bu məhsul Azərbaycana qayıdır və yüksək qiymətə satılır ki, bu da əcnəbilərə yüksək gəlir əldə etməyə imkan verir. Bakının sənaye müəssisələrinin xarici ölkələrin mülkiyyətinə sürətlə keçməsi Zərdabinin diqqətindən yayınmır. Böyük həyəcanla o qeyd edir ki, ticarətdə fəaliyyət göstərən əcnəbilər bir sıra ticarət müəssisələrini ələ keçiriblər. O, Bakı neft sənayesində xarici inhisarçıların müstəmləkə siyasətinə toxunaraq, təəssüflə qeyd edir: "Bizim mədəni qonşularımız hər gün, addım-addım bizim əmlakımız və sərvətimizin sahiblərinə çevrilir. Tezliklə biz onların var-dövləti və sərvətlərinin daşıyıcısı olacağıq". Məhz bu illərdə Nobel, Rotşild və başqa xarici sahibkarlar Sabunçuda, Suraxanıda, Balaxanıda və başqa yerlərdə neft yataqlarını öz əllərinə keçirirdilər. Onlar bu qəsəbələrdə yaşayan insanları qara fəhlələrə çevirdilər. Xarici kapitalın hökmranlığından qurtulmaq üçün o, vətəndaşları fabrik və zavodlarını açmağa çağırırdı. Zərdabi arzu edirdi ki, təsərrüfatın bütün sahələrində, o cümlədən taxılçılıqda ən yeni texnika tətbiq olunsun və bu texnikaya fəhlələrin əməyinin yüngülləşdirilməsinin və ictimai əməyin məhsuldarlığının artımının mühüm amili kimi baxılsın. Məhz buna görə də o, Bakı-Tiflis dəmir yolunun tikintisini düzgün qiymətləndirir, ölkənin iqtisadi inkişafı üçün qabaqcıl Avropa ölkələrinin təcrübəsindən istifadə olunmasının mühüm əhəmiyyət daşıdığını sübut edirdi. O, yerli tacirlərə və sənayeçilərə avropalıları kimi müxtəlif müəssisə və firmalar yaratmağı təklif edirdi. Bununla əlaqədar o yazırdı: "Xarici tacirlər elm sayəsində böyük qazanc əldə edirlər. Məsələn, böyük birliklər

və şirkətlər gəmiçilik, mal daşıyan maşınlar, evlər tikən maşınlar kimi texnikadan istifadə edirlər". Zərdabinin iqtisadi baxışlarında kollektiv təsərrüfat konsepsiyası mühüm yer tutur. O, istehsalın və əməyin ictimai xarakterini, maddi nemətlərin yaradılmasının əsas şərtlərini qeyd edərək belə hesab edir: birlik, həmrəylik, qardaşlıq. O görürdü ki, əgər belə olmasa, bu istehsalı həyata keçirmək mümkün olmazdı. Zərdabi ictimai əmək bölgüsünün düzgün təşkilinə yüksək qiymət verir və hesab edir ki, bu olmadan əmək məhsuldarlığının artırılması mümkün deyildir. O, həmçinin ölkədə əmək ehtiyatlarından səmərəli istifadə edilməsinə və əhalinin işlə təmin olunmasına, köçərilərin oturaq həyat tərzinə keçməsi problemlərinə böyük əhəmiyyət verir. Zərdabi hesab edir ki, oturaq həyat tərzinə keçmək istəyən köçərilər dövlət torpaq idarələrində bir çox müxtəlif maneələrlə qarşılaşırlar. Zərdabinin əsərlərində qiymətli elmi-nəzəri müddəalar arasında tələb səviyyəsi ilə malın qiyməti arasında qarşılıqlı əlaqənin müəyyən edilməsi böyük maraq doğurur. "Geri alınan" qiymət sisteminin ləğvindən sonra Bakı neftinin qiyməti kəskin şəkildə dəyişdi, neft yataqları olan torpaq sahələrinin azad alqı-satqı sisteminə keçidi baş verdi. Bütün bunlar göstərir ki, qiymətin əmələ gəlməsini məhz tələbin səviyyəsi müəyyən edir. Zərdabi də dəyər qanununu, onun hərəkət mexanizmini nəzərdən keçirir və mahiyyətinin anlaşılmasını göstərir.

XIX əsrin ikinci yarısında maarifçi, dramaturq və publisist *Nəcəf bəy Vəzirov* iqtisadi fikrin daha bir nümayəndəsi idi. O, Zərdabi kimi, yerli istehsalın inkişafı, kooperativ ittifaqların yaradılması və kənd təsərrüfatı banklarının təşkili, istehsal metodlarının yaxşılaşdırılması və stimullaşdırılması, işçilərin ixtisas səviyyəsinin yüksəldilməsi barədə fikirlər söyləmişdi. N.B.Vəzirov haqlı olaraq Azərbaycanın görkəmli maarifçisi sayılır. O, Azərbaycan kəndində feodal-patriarxal qalıqlarını kəskin tənqid edən bir çox dramaturgiya əsərlərinin müəllifidir, bu barədə öz mülahizələrini bildirir. O, hakim siniflərin parazitizmini və Bakı neftinin vəhşicəsinə istifadəsini real göstərir. N.B.Vəzirov "Əkinçi" qəzetinin səhifələrində siyasi iqtisadın bir sıra problemlərini nəzərdən keçirir və hətta siyasi iqtisad predmetinin şərhini müəyyən edir.

Əgər Zərdabi siyasi iqtisad dedikdə "kommersiya elmi" ni başa düşürsə, Vəzirov onu "birgə əmək elmi, "siyasətin elmi qənaəti" kimi qiymətləndirir. Azərbaycanın digər görkəmli maarifçiləri kimi, Vəzirov milli özünüdərkini və milli iqtisadiyyatın artımına toxunaraq, mühüm nəzəri və praktiki məsləhətlər vermişdir. O, taxılçılığın, heyvandarlığın, ticarətin təşkili və idarə edilməsinin yeni üsullarını tətbiq etmək üçün Avropanın qabaqcıl texnika və texnologiyasından istifadə etməyi tövsiyə edir. Axundov kimi, N.B.Vəzirov öz əsərlərində Qərb ədəbiyyatçılarının əsərlərindən, Avropanın aparıcı iqtisadçılarından nəzəri baxışlarından istifadə edərək, onların qənaətlərini və təkliflərini Azərbaycanın iqtisadi inkişafına uyğunlaşdırmağa çalışır. Vəzirovun əsərlərində "İqtisadiyyat" mövzusunun məzmununu açıqlanmış və əhəmiyyəti göstərilmişdir.

Azərbaycan XX əsrin 20-30-cu illərində Sovet Sosialist Respublikaları İttifaqının (SSRİ) tərkibində olan bir dövlət kimi SSRİ-də baş verən bütün iqtisadi-ictimai münasibətlərin içərisində olmuşdur.

Azərbaycanda iqtisadi elmin formalaşması, onun institutional əsaslarının yaradılması, inkişafın əsas prinsiplərinin müəyyən edilməsi, iqtisadi tədqiqatlar aparən elmi mərkəzlərin və peşəkar iqtisadçılar hazırlayan ali təhsil müəssisələrinin açılması XX əsrin 20-ci illərindən başlanmışdır. Sovet dövrünün reallıqlarının özünəməxsusluğuna, rəhbər ideologiyasına, qadağa və məhdudiyyətlərə, dünya iqtisadi fikri ilə zəif əlaqələrinə baxmayaraq XX əsr Azərbaycan iqtisad elminin inkişafında vacib yeri tutmuşdur. Siyasi iqtisad – iqtisadi nəzəriyyənin təhsil və tədqiqat baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edən bir sahəsidir.

Həsən Dadaşov XX əsrin 20-ci illərində respublikanın ali məktəblərində ana dilində siyasi iqtisadın tədrisinin banisi olmuş, aqrar münasibətlərin tarixini, Azərbaycanda iqtisadi fikir tarixi məsələlərini tədqiq etmiş, inkişaf etməkdə olan ölkələrin siyasi iqtisadiyyatının əsasını qoymuşdur.

Azərbaycanda iqtisadi fikir nəzəriyyəsi AMEA-nın müxbir üzvü *Bəhmən Axundovun* əsərlərində təşəkkül tapmışdır. O, Bakı-

nın neft sənayesi nümunəsində inhisarçı kapitalın mahiyyətini tədqiq etmişdir. Alimin sosializmdə əmtəə-pul münasibətlərinin mövcudluğu, dəyər qanunundan istifadə, qeyri-istehsal amillərinin iqtisadi inkişafa təsiri, tələbatın artırılması qanunu, siyasi iqtisad elminin predmeti barədə fikirləri xüsusi maraq doğurur. B.Axundov Mirzə Fətəli Axundovun və Həsən bəy Zərdabının iqtisadi fikirlərinin ilk tədqiqatçısı olmuşdur.

İqtisad elminin iqtisadi fikir və iqtisadi tarix kimi sahələri daha ümumiləşdirilmiş şəkildə milli iqtisadi şüurun və müasir iqtisadi inkişafın səviyyəsini əks etdirir. Azərbaycanda iqtisadi tarix məktəbinin yaradıcısı akademik *Əlisöhbət Sumbatzadə* olmuşdur. O, XIX əsrdə Azərbaycanın kənd təsərrüfatı və sənayesinin inkişafı tarixinə dair fundamental əsərlərin müəllifidir.

Əliqulu Fərəcovun əsərlərində orta əsrlərdə Azərbaycanda iqtisadi baxışlar, o cümlədən Nizami Gəncəvinin, Nəsirəddin Tusinin iqtisadi baxışları geniş tədqiq edilmişdir.

Azərbaycan tarixən aqrar-sənaye ölkəsi olduğu üçün bu sahə ənənəvi iqtisadiyyat elmində geniş tədqiq edilmişdir. Akademik *Əhməd Mahmudov* kənd təsərrüfatının intensivləşdirilməsi məsələlərini və ona təsir edən amilləri, aqrar sənayenin inteqrasiyası problemlərini araşdırmışdır.

Azərbaycanda regional iqtisad elminin yaranması və bu elmi istiqamətin inkişafı akademik *Asəf Nadirovun* respublikanın şəhərlərində sənayenin yerləşdirilməsi problemlərinə həsr olunmuş tədqiqatlarında öz əksini tapmışdır.

Akademik *Ziyad Səmədzadə* əmək məhsuldarlığı və əhalinin məşğulluğunun strukturu, ictimai istehsalın səmərəliliyi və iqtisadi artım məsələlərini dərinləndirən araşdırmış, bazar iqtisadiyyatına keçidlə bağlı dünya təcrübəsini öyrənmişdir.

AMEA-nın müxbir üzvü *Ağasəlim Ələsgərovun* tədqiqatları kənd təsərrüfatının ixtisaslaşmasına, üzümçülüüyün inkişafına, kənd təsərrüfatında bazar münasibətlərinin inkişaf etdirilməsi problemlərinə, AMEA-nın müxbir üzvü *Teymur Vəliyevin* araşdırmaları, iqtisadi inkişaf səviyyəsinin bərabərləşdirilməsi qanunauyğunluqlarına, iqtisadiyyatın dinamik inkişafı problemlərinə, xalqın iqtisadi fikir

tarixinin araşdırılmasına yönəldilmişdir. AMEA-nın müxbir üzvü *Əbdülqafur Zərgərovun* tədqiqatları Azərbaycan sənayesində işçi qüvvəsinin bərpası, İslam iqtisadiyyatının öyrənilməsi məsələlərinə həsr olunmuşdur. AMEA-nın müxbir üzvü *Aqil Əliyevin* tədqiqatları Azərbaycanda şəxsi istehlakın dəyişdirilməsi mahiyyəti, strukturu və tendensiyalarına, əhalinin həyat səviyyəsinə, AMEA-nın müxbir üzvü *Aydın Məmmədovun* əsərləri aqrar sektorda yeni təsərrüfat formalarına, bu sahədə dünya təcrübəsinin öyrənilməsinə həsr edilmişdir.

Azərbaycanda demoqrafik və əmək iqtisadiyyatı elmi məktəbinin yaradıcısı professor *Mədət Allahverdiyev* işçi qüvvəsinin təkrar istehsalı problemlərinə həsr olunmuş tədqiqatları, məhsuldar və qeyri-məhsuldar əməyi, tam və səmərəli məşğulluğu, milli gəlirin tempi və nisbətləri ilə iqtisad elmini nəzəri və praktiki cəhətdən zənginləşdirmişdir. AMEA-nın müxbir üzvü *Şahbaz Muradov* elmi əsərlərində qadın əmək ehtiyatları problemini, əhalinin əmək ehtiyatları, demoqrafik, tender, insan potensialı məsələlərini tədqiq etmişdir.

AMEA-nın müxbir üzvü *Əli Nuriyev* regional idarəetmə və regional siyasətin müasir problemlərini, AMEA-nın müxbir üzvü *Akif Musayev* isə müasir vergi siyasətinin formalaşmasının müxtəlif aspektlərini araşdırmışdır.

XX əsrin son onilliyində milli iqtisadiyyatın bütün sahələrində böyük dəyişikliklər baş vermişdir. Bunlara aşağıdakıları aid etmək olar:

- əvvəlki sovet dövründə iqtisad elmləri sistemi yaradılmışdır;
- yüksək ixtisaslı iqtisadi kadrlar hazırlanmışdır;
- xalqın iqtisadi təfəkkürü formalaşmışdır.

O dövrün iqtisadi fikrinin inkişafının xüsusi cəhəti iqtisad elminin fərqləndirilməsidir.

Beləliklə, o dövrdə həm iqtisadi nəzəriyyə, həm də sənaye və sahəvi iqtisadi elmlər dinamik inkişaf edirdi. Eyni zamanda, həmin dövrdə yaranmış iqtisad elmləri sistemində bir çox nöqsanlar var idi. Onlara, ilk növbədə, aşağıdakıları aid etmək lazımdır:

- iqtisadiyyat elminin siyasət və ideologiya ilə əvəzlənməsi, iqtisadi nəzəriyyənin böhranına gətirib çıxardı;
- məhz bunun nəticəsində iqtisadi nəzəriyyə həyat reallıqlarından uzaq durdu;
- iqtisad elmində ideya generatoru kimi iqtisadçılar yox, partiya plenumlarının və qurultaylarının qətnamələri və qərarları çıxış edirdi;
- real iqtisadi həyatda qeyd-şərtsiz formalizm və prinsiplər qəbul edildi;
- məlum səbəblərdən Azərbaycanın iqtisadi fikri əyalət məhdudiyətindən azad ola bilmədi;
- Azərbaycanın iqtisadi fikir tarixində müxtəlif növ ideoloji qadağalar və məhdudiyətlər üzündən yaranmış "ağsəhifələrin" mövcudluğu;
- dünya iqtisadi fikri ilə əlaqənin zəif olması; keçmiş sovet, o cümlədən Azərbaycan iqtisad elminin qapalılığı.

XX əsrin 90-cı illərində Azərbaycan iqtisadiyyatında müsbət meyillər müşahidə olunmağa başladı: dövlətçilik gücləndi, yeni iqtisadi sistem daha dinamik templərlə formalaşdı, istehsalın azalması dayandırıldı, iqtisadi artımın keyfiyyətə yeni növü müşahidə olundu. Bunlar hamısı onu göstərir ki, Azərbaycan müstəqil dövlət kimi yaşayır və inkişaf edir. Bu müstəqillik dönməzdir və hökumətin qəbul etdiyi iqtisadi inkişaf strategiyası ilə bağlı global qərarların qəbul edilməsi üçün əsas yaradır.

Respublikada iqtisadi siyasət və iqtisadi islahatlar strategiyasının müəyyən edilməsində aşağıdakı istiqamətlərə riayət olunmalıdır:

* respublikanın maşın və avadanlığın xarici təchizatından, habelə ümumittifaq əmək bölgüsündə iştirak etdiyi illər ərzində respublikanın birtərəfli inkişafı nəticəsində əsasən formalaşmış xammalın istehsalı və satışından təsərrüfatın qeyri-kamil və asılı sahə strukturunun meydana gəlməsinə səbəb olan asılılığını minimuma endirmək. Buna görə də iqtisadiyyatın bütün sahələrində istehlak bazarının yerli istehsal hesabına təmin olunmasına yönəlmiş

məqsədli dövlət proqramı əsasında struktur dəyişikliklərini həyata keçirmək lazımdır;

* iqtisadiyyatın normal işləməsinə təmin etmək üçün dövlət sifarişlərinin məqbul limitini tətbiq etmək lazımdır;

* qiymətlər dövlət tərəfindən tənzimlənə bilər, lakin ümumi iqtisadi islahatlar zamanı qiymətlər tam liberallaşdırıla bilər;

* lazım gələrsə, maliyyə - kredit siyasətinə yenidən baxılmalıdır;

* Azərbaycanın xarici iqtisadi fəaliyyətini, mövcud vəziyyətə uyğun olaraq, köklü surətdə dəyişdirmək lazımdır;

* bazar münasibətləri mexanizminin əsası olan müxtəlif mülkiyyət formalarına keçmək üçün Azərbaycan iqtisadiyyatında islahatlar (yenidən qurulması) və transformasiya şəraitini təmin etmək;

* genişmiqyaslı iqtisadi islahatların aparılması zamanı sosial gərginliyin qarşısını almaq son dərəcə vacib və zəruridir, belə bir gərginlik mövcuddursa, əhəlinin sosial müdafiəsinin gücləndirilməsi yolu ilə onun yumşaldılmasının həyata keçirilməsini təmin etmək.

III FƏSİL

İQTİSADI NƏZƏRİYYƏNİN PREDMET VƏ METODOLOGİYASI

3.1. Müxtəlif iqtisadi məktəblər iqtisadi nəzəriyyənin predmeti haqqında

XX əsrin 90-cı illərinə qədər ölkəmizdə, keçmiş SSRİ-də olduğu kimi, iqtisadi dünyagörüşünün formalaşmasında marksist siyasi iqtisad üstünlük təşkil edirdi. Bütün iqtisadi ədəbiyyat K.Marksın və onun təlimlərinin populyarlaşdırılmasına yönəldilmişdi. XIX əsrin sonu-XX əsrin əvvəllərində dünya iqtisadi fikri və görkəmli rus iqtisadçılarının əsərləri siyasi iqtisad kurslarında öyrənilməmişdir, çünki K.Marksın nəzəriyyəsi ilə uyğun gəlmirdi və ciddi tənqidlərə məruz qalırdı. İqtisadi nəzəriyyənin tədqiqat predmeti birmənalı şəkildə şərh olunur, digər baxışlar qeyri-elmi elan edilirdi. Keçmiş SSRİ-nin dağılması, sosializm düşərgəsinin ləğvi ilə əlaqədar vəziyyət dəyişdi və dünyanın aparıcı alimlərinin və müxtəlif iqtisadi məktəblərinin iqtisadi nəzəriyyə haqqında fikirlərini araşdırmaq xeyli asanlaşdı.

İqtisadi nəzəriyyə haqqında müxtəlif iqtisadi məktəblərin fikirlərinə baxaq [18, səh. 8-13]:

Merkantilistlər

İqtisadi nəzəriyyənin predmeti-sərvətdir. Sərvətin mənbəyi ticarət elan edilirdi, özü isə çox vaxt pulla eyniləşdirilirdi. Bu təlimin praktiki funksiyası əmtəə-pul münasibətlərinin inkişafına gətirib çıxardı. Pul tələbatının artması ilə əlaqədar ölkəyə qızıl və gümüşün cəlb edilməsinin əsas əməli nəticəsi iqtisadiyyatda mühüm rol oynayan dövlətin iqtisadi siyasətinə təsir etmək zərurətidir.

Fiziokratlar

Fiziokratlar məktəbinin siyasi iqtisad predmeti milli sərvətin istehsal sahəsinə tədavül mühitindən keçirdi. Bu, iqtisad elminin ən böyük nailiyyəti idi, baxmayaraq ki, onlar səhvən yalnız kənd təsərrüfatını əməyin mənbəyi hesab edirdilər. Əsas praktiki nəticə isə dövlətin iqtisadiyyatın inkişafının təbii gedişinə müdaxiləsinin

məhdudlaşdırılmasının zəruriliyini təsdiq edirdi.

Klassik siyasi iqtisad

İngilis klassik siyasi iqtisad məktəbinin nümayəndələri istehsal və yığım şəraitinin (A.Smit), həmçinin maddi istehsalın bütün sahələrində yaradılan milli sərvətin bölüşdürülməsi (D.Rikardo) tədqiqinə qədər siyasi iqtisadın predmetini genişləndirmişlər: buraya sənaye, kənd təsərrüfatı, tikinti, meşə təsərrüfatı və sair daxil edilmişdi.

Marksizm

Marksist siyasi iqtisadın predmeti ictimai həyatın təhlilinə sinfi yanaşmaya uyğun olaraq yalnız mülkiyyət münasibətlərinin əsasını təşkil edən istehsal münasibətləridir. Çünki istehsal münasibətləri sistemindən iqtisadi qanunlar, ziddiyyətlər, sinif münaqişələri, proletariatın diktaturasının zəruriliyi və inzibati-amirlik təsərrüfat sisteminin hökmranlığı çıxarıldı.

Marjinalizm

Marjinalistlər fərdlərin və sosial institutların (firmaların, insan qruplarının və s.) davranışını, öz məqsədlərinə nail olma yollarını və vasitələrini siyasi iqtisadın predmeti elan etdilər. Praktiki funksiya konkret-iqtisadi vəziyyətdə subyektlərin davranış motivlərinin diqqətlə öyrənilməsinə gətirib çıxardı. Əsas praktiki nəticə firmanın iqtisadi siyasətinin əsaslandırılmasıdır. Bu istiqamət mikroiqtisadiyyatın yaranması ilə bağlıdır.

Keynsçilik

Keynsçilik məktəbinə görə, iqtisadi nəzəriyyənin predmeti milli iqtisadiyyatın vahid bir bütöv kimi fəaliyyət göstərməsidir. Praktiki funksiya dövlətin iqtisadi siyasətinin işlənilib hazırlanmasında görünür. Əsas praktiki nəticə əhəlinin və özəl sahibkarlığın ümumi tələbatının stimullaşdırılmasının zəruriliyidir.

Neoklassik sintez nəzəriyyəsi

Bütün dünyada tanınan "Ekonomiks" dərslində mikro və makroiqtisadiyyatın sintezini həyata keçirən Pol Samuelson iqtisadi nəzəriyyə (siyasi iqtisad) mövzusunun bir çox anlayışları arasında iqtisadiyyatın insanların gündəlik iş həyatı və fəaliyyəti haqqında elm olduğunu göstərir.

İnstitusional-sosioloji istiqamət

Hazırda sürətlə inkişaf edən qeyri-institusional iqtisadi nəzəriyyənin nümayəndələri hesab edirlər ki, onun predmeti insanların, firmaların, dövlətlərin iqtisadi davranışlarını müəyyən edən institutlar və institusional dəyişikliklərdir. Onun praktiki funksiyası iqtisadi agentlər arasında institusional münasibətlərin optimallaşdırılmasına yönəlmiş iqtisadi siyasətin əsaslandırılmasında görünür.

İqtisadi nəzəriyyənin predmetinin insanların və insan qruplarının davranışını öyrənən elm kimi səciyyələndirilməsi istehsal münasibətlərinin tədqiqindən imtina demək deyil. Bu elə həmin istehsal münasibətləridir, lakin burada əsas diqqət münasibətlərin subyektinə – insana yönəldilir. İqtisadi nəzəriyyənin predmetini öyrənərkən onun tədqiqat dairəsi kimi iqtisadi həyat və mühit, tədqiqat obyektini kimi iqtisadi hadisələr, tədqiqat subyektini kimi isə insan diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır.

3.2. İqtisadi nəzəriyyənin tədqiqat metodları

İqtisadiyyatda baş verən iqtisadi prosesləri və hadisələri düzgün anlamaq məqsədi ilə tətbiq olunan iqtisadi nəzəriyyə metodlarını dərk etməyə ehtiyac vardır. Son üç əsr ərzində müxtəlif məktəblərdən olan nəzəriyyəçi-iqtisadçılar ziddiyyətli fikirlər söyləmişlər. Bu müddət ərzində cəmiyyətin rifah mənbələri, dövlətin iqtisadi fəaliyyətdə rolu barədə mülahizələr dəfələrlə dəyişdirilmiş, həmçinin iqtisadiyyatın tənzimlənməsi üçün yeni vasitələr tətbiq edilmişdir. İqtisadi nəzəriyyə iqtisadi hadisələrin xarici təzahürünün mahiyyətini – onların daxili məzmununu, eləcə də müəyyən tədqiqat metodları vasitəsilə bəzi hadisələrin səbəb-nəticə əlaqələrinin digər hallara təsirini aşkar etməyə çalışır. İqtisadi hadisələrin öyrənilməsi metodları haqqında heç bir biliyi olmadan, iqtisadi hadisə və ya prosesi düzgün qiymətləndirmək olmaz. Hər bir müasir insanın həyatı iqtisadiyyatı ilə qırılmaz surətdə bağlıdır. İqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış qərarların qəbul edilməsi üçün iqtisadi modelləri aydınlaşdırmaq və iqtisadi təfəkkürə malik olmaq lazımdır. İqtisadiyyat, ümumiyyətlə, insanların maddi həyat

şəraitinin təmin olunması ilə bağlı istənilən fəaliyyəti təşkil edir. Görkəmli iqtisadçı P.A.Samuelson 1972-ci ildə Nobel mühazirəsində iqtisadiyyatın əhəmiyyətini aşağıdakı kimi ifadə etmişdir: "... iqtisadiyyat elm kimi uzun müddət tədqiqat obyektinə olaraq iqtisadiyyatın problemlərindən uzaqlaşaraq hazırlanmışdır". Həqiqətən, yalnız son onilliklərdə, iqtisadi nəzəriyyənin bilikləri həm biznes praktikası, həm hökumət məmuru, həm də adi insan üçün son dərəcə aktual olmuşdur. İqtisadi nəzəriyyənin əsas vəzifəsi sadəcə, iqtisadi cərəyan və hadisələrin təsvirini vermək deyil, onların qarşılıqlı əlaqəsini və asılılığını göstərməkdir. Bu vəzifəni yerinə yetirmək üçün iqtisadi tədqiqat metodları mövcuddur. Metod sözü yunan dilindən götürülüb, hərfi mənası – "tədqiqat yolu" və ya "dərk etmə yolu", deməkdir.

İqtisadi nəzəriyyənin mahiyyətini və əhəmiyyətini dərinləndirən dərk etmək üçün metod və metodologiya anlayışlarından geniş istifadə edilir. Lakin metodologiya anlayışını metod anlayışı ilə qarışdırmaq olmaz. Metod alətlərlə, elmdə tədqiqat üsullarının məcmusu və onların iqtisadi kateqoriyalar və qanunlar sistemində təkrarlanması deməkdir.

"İqtisadi nəzəriyyənin" metodologiyası isə təsərrüfat həyatının, iqtisadi hadisələrin öyrənilməsi metodları haqqında elmdir. O, iqtisadi hadisələrin öyrənilməsinə ümumi yanaşmanın, gerçəkliyin vahid şəkildə başa düşülməsinin, vahid fəlsəfi əsasının olmasını nəzərdə tutur. Metodologiya əsas məsələni həll etməyə kömək etmək üçün nəzərdə tutulmuşdur: yəni iqtisadi nəzəriyyə reallığın dərk edilməsinin hansı elmi vasitə və üsullarının köməyi ilə iqtisadi sistemin daha da inkişafına nail olur.

İqtisadi nəzəriyyənin predmetinin tədqiqat metodlarının seçilməsi onun xüsusiyyətləri ilə bağlıdır: o, tədqiqatının predmetini təşkil edən proseslərin daimi dəyişiklikləri və inkişafı, eləcə də elmin özü ilə səciyyəlidir. Bu elm iqtisadi münasibətləri və qarşılıqlı əlaqələri müəyyən tarixi dövr çərçivəsində nəzərdən keçirir. İqtisadi nəzəriyyənin predmeti maddi xarakter daşıyır, bununla əlaqədar o, müvafiq tədqiqat metodlarından istifadə edir. Baxılan elm digər iqtisadi fənlərlə sıx əlaqədədir və bir çox fənlər üçün bazisdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, iqtisadi nəzəriyyə metodlarını bir necə qrupa bölmək olar:

- ümumdünya görüşü metodu;
- ümumelmi metodlar;
- xüsusi metodlar [14, səh.36-40].

Hər bir metodu ayrıca nəzərdən keçirək.

- *Ümumdünya görüşü metodları* arasında gerçəkliyin öyrənilməsinin dialektik yanaşmasını xüsusi qeyd etmək lazımdır. O, maddi dünyanın ən ümumi qanunlarını dərk etməyə yönəldilmişdir. İqtisadi nəzəriyyə çərçivəsində onun tətbiqinin spesifikliyi aşağıdakılardan ibarətdir:

* iqtisadi hadisələr və proseslər daimi dəyişiklik və inkişaf çərçivəsində nəzərdən keçirilir;

* iqtisadi sistemin müxtəlif səviyyələrində meydana çıxan ziddiyyətlərə onun inkişaf ehtiyatı kimi baxılır.

- *İqtisadi nəzəriyyənin ümumelmi metodlarına* aşağıdakılar aiddir:

1. *Elmi abstraksiya;*
2. *Analiz;*
3. *Sintez;*
4. *İnduksiya;*
5. *Deduksiya;*
6. *Sistemli təhlil (yanaşma).*

Bu metodlardan birincisi (elmi abstraksiya) bir hadisəni və ya prosesi sadələşdirilmiş formada təqdim etməyə kömək edir. Hər hansı bir məsələnin həlli üçün öyrənilən fənnə təsir edən əsas amillər ayrılır (qeydə alınır), qalanları isə nəzərə alınmır. Yəni, tədqiqatçı bir çox şərtlərdən uzaqlaşaraq, əsas amilləri fərqləndirir.

Analiz metodu (ikinci metod) – öyrənilən hadisənin tərkib hissələrinin zehni parçalanmasıdır və bu hissələrin hər birinin araşdırılması deməkdir.

İqtisadi nəzəriyyə sintez (üçüncü metod) yolu ilə vahid bütöv mənzərəni yenidən yaradır.

İnduksiya metodu (dördüncü metod) faktların ümumiləşdiril-

məsinə əsaslanan beyinin nəticə verməsi üsuludur. İnduksiyanın (yönləndirmə) köməyi ilə vahid (fərdi) faktların öyrənilməsi vəsi-təsilə ümumi müddəalara və nəticələrə keçid təmin edilir.

Deduksiya metodu (beşinci metod) – əsaslandırma üsuludur, onun köməyi ilə hipotez real faktlarla yoxlanılır. Deduksiya (nəti-cənin çıxarılması) ümumi nəticələrdən nisbətən fərdi nəticələrə keçidi mümkün edir.

Xüsusilə qeyd etməliyik ki, "təhlil" ("analiz") və "sintez", "induksiya" və "deduksiya" iqtisadi nəzəriyyədə" vəhdətdə (birlikdə) istifadə olunur.

Sistemli təhlil (yanaşma) metodu (altıncı metod) tədqiqat predmetini öz aralarında bağlı olan ayrı-ayrı elementlərdən ibarət tamamlanmış sistem kimi nəzərdən keçirir, həmçinin bu sistemin başqa sistemləri ilə əlaqələrini öyrənir.

- *İqtisadi nəzəriyyənin xüsusi (spesifik) metodlarına* aşağıdakılar aiddir:

1. *Qrafik metod;*
2. *Statistik metod;*
3. *İqtisadi - riyazi modelləşdirmə;*
4. *Müqayisəli metod;*
5. *İqtisadi eksperiment.*

Bu qrup metodlardan birincisi (*qrafik metod*) iqtisadi nəzə-riyyə üçün çox vacibdir. Qrafiklərin köməyi ilə analitik məlumat-lar əyani şəkildə təqdim edilir, müxtəlif hadisələr və ya amillər arasındakı əlaqələr də təsvir olunur. Qrafiklər həm birbaşa xətti (asılılıqları), həm də qeyri-xətti (əyriləri) göstərmək olar.

İkinci metod (*statistik metod*) məlumatların təhlili prosesində müxtəlif hesablamaların aparılması üçün riyazi statistika metodla-rının tətbiqini nəzərdə tutur. Məsələn, mütləq və orta ölçülü, kor-relyasiya, reqressiya və s.

Üçüncü metod (*iqtisadi-riyazi modelləşdirmə*) tədqiq olunan hadisənin bir neçə dəyişənlə funksional asılılıq şəklində təqdim edilməsini nəzərdə tutur.

Dördüncü metodun (*müqayisəli metod*) köməyi ilə tədqiqat-

çılar oxşarlıqları və fərqləri müəyyənləşdirmək üçün iki və ya daha çox tədqiqat obyektini müqayisə edirlər.

Beşinci metod (*iqtisadi eksperiment*) məhdud ideal şəraitdə hər hansı bir hadisəni müşahidə etməyə imkan verir. Lakin onun keçirilməsi çərçivəsində tədqiq olunan hadisənin bütün mümkün nəticələrini tam şəkildə araşdırmaq mümkün deyil.

İqtisadi nəzəriyyənin metodologiyasında dörd əsas yanaşma müəyyən edilə bilər:

- 1) *Subyektivist (subyektiv idealizm mövqeyindən);*
- 2) *Neopozitivist – empirik (neopozitivizm və skeptisizm mövqeyindən);*
- 3) *Rasionalistik;*
- 4) *Dialektik-materialistik.*

Subyektivist yanaşmada iqtisadi hadisələrin təhlilinin ilkin bəndi kimi ətraf aləmə təsir edən, özü də asılı olmayaraq suveren "mən" i götürən təsərrüfat subyektini alınır, burada hamı bərabərdir. İqtisadi təhlil obyektini iqtisadiyyat subyektinin ("homoiqtisadiyyat") davranışdır və buna görə də iqtisadi nəzəriyyə ehtiyacların sərhədləri ilə müəyyən edilən insan fəaliyyəti haqqında elm kimi qəbul edilir. Belə yanaşmada əsas kateqoriya – ehtiyac, faydalılıqdır. İqtisadiyyat təsərrüfat subyektinin müxtəlif variantlardan həyata keçirdiyi seçim nəzəriyyəsinə çevrilir.

Neopozitivist-empirik yanaşma hadisələrin daha diqqətlə öyrənilməsi və onların qiymətləndirilməsinə əsaslanır. Tədqiqat alətindən idrak predmetinə (riyazi aparat, ekonometrika, kibernetika və s.) çevrilən texniki tədqiqat aparatı, tədqiqatın nəticəsi isə burada əsas kateqoriyalar olan empirik modellərin müxtəlif növləridir. Bu yanaşma mikroiqtisadiyyatın – iqtisadi problemlərin firma və sahə səviyyəsində və makroiqtisadiyyatın – cəmiyyət miqyasında iqtisadi problemlərin bölünməsinə nəzərdə tutur.

Rasionalistik yanaşma sivilisasiyanın "təbii" və ya rəşional qanunlarını açmağı hədəfləyir. Bu, bütövlükdə iqtisadi sistemin, bu sistemi tənzimləyən iqtisadi qanunların araşdırılmasını, cəmiyyətin iqtisadi "anatomiyası"nın öyrənilməsinə tələb edir. F.Kenenin

"iqtisadi cədvəlləri" bu yanaşmanın zirvəsidir.

D.Rikardo qeyd edir ki, "İnsanın iqtisadi fəaliyyətinin məqsədi fayda əldə etmək, iqtisadi nəzəriyyənin məqsədi isə insan davranışının öyrənilməsi deyil, ictimai məhsulun istehsalını və paylanmasını tənzimləyən qanunları öyrənməkdir". Bu cür yanaşma cəmiyyətin subyektivist, cəmiyyəti bərabər subyektlərin məcmusu kimi təmsil edən siniflərə bölünməsinə tanıyır. Belə yanaşmada əsas diqqət dəyər, qiymət, iqtisadi qanunlara verilir.

Elmi problemlərin həllində *dialektik-materialistik yanaşma* yeganə düzgün yol hesab edilir. Burada empirik pozitivizmdən (təcrübədən) istifadə səhv yollardan biridir. Əsas məsələ hadisələrin daxili əlaqələrini xarakterizə edən, reallıqda mövcud olan obyektiv təhlilin həyata keçirilməsidir. İqtisadi proseslər və hadisələr daim yaranır, inkişaf edir və məhv edilir, yəni daim hərəkətdədir və onların dialektikası bundan ibarətdir.

Əksər iqtisadi modellər riyazi metodlar üzrə qurulur. Biz burada istehsal imkanları həddi adlanan ən sadə modellərdən birinə baxaq və onun bir sıra əsas iqtisadi prinsipləri necə əks etdirdiyini təhlil edək.

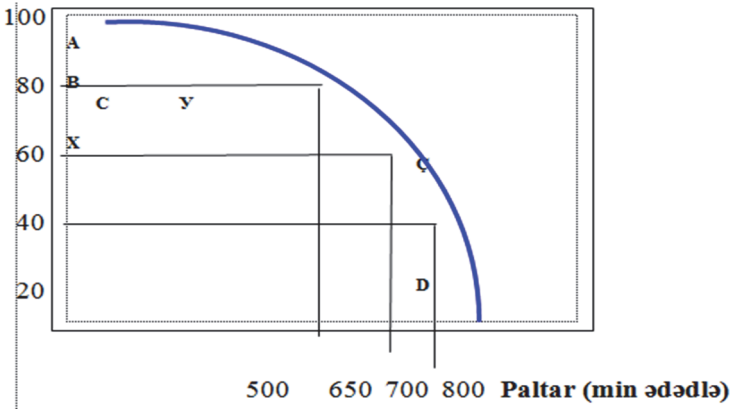
Real iqtisadiyyatda hər gün on minlərlə əmtəə və xidmətlərin meydana gəlməsinə baxmayaraq, belə şəraitdə velosiped və paltarlardan ibarət iki əmtəə növünün istehsal edildiyi sadələşmiş iqtisadiyyata nəzər salaq. Fərz edək ki, yaşadığımız kiçik ölkədə yalnız iki növ məhsul istehsal olunur: velosiped və paltar. Mütəxəssislərin hesablamalarına görə, ölkədə mövcud olan zəruri resursları, o cümlədən bütün əmək qabiliyyətli əhalini bu məhsulun istehsal sferasına cəlb etməklə ildə 100 min ədəd velosiped istehsal etmək olar. Yox, əgər bütün mümkün resursları yalnız paltar istehsalına yönəltsək, onda buraxılışın miqdarı il ərzində maksimum 800 min ədədə çata bilər. Başqa bir variantda isə həmin resursları sözü gedən iki məhsul arasında bölüşdürməklə eyni vaxtda hər iki məhsulun istehsalını təşkil etmək mümkündür. Müxtəlif variantlara uyğun gələn istehsal proqramı *cədvəl 3.2.1-də* təsvir edilir.

Variantlar	Velosiped, min ədədlə	Paltar, min ədədlə
1	100	0
2	80	500
3	60	650
4	40	700
5	0	800

Cədvəl 3.2.1. İstehsal imkanları şkalası

Cədvəl məlumatlarından istifadə etməklə istehsal imkanları əyrisini aşağıdakı formada qurmaq olar.

Velosiped (min ədədlə)



Qrafik 3.2.1. İstehsal imkanları əyrisi

Qrafik 3.2.1-dən göründüyü kimi, bütün resurslar 100 min ədəd velosiped buraxılmasına yönəldiyi halda, ölkədə paltar istehsal olunmur. Əgər 500 min ədəd paltar istehsalı barəsində qərar qəbul etsək, onda 20 min ədəd velosiped istehsalından imtina etmiş oluruq (B nöqtəsi müvafiq surətdə həmin qərarı ifadə edir). Yox, əgər qərar qəbul etsək ki, 650 min ədəd paltar buraxmalıyıq, onda da 40 min ədəd velosiped istehsalından imtina etməliyik (bu vəziyyəti C nöqtəsi əvəz edir). 700 min ədəd paltar istehsalının

müqabilində, 60 min ədəd velosiped buraxılışından imtina edir və bu məhsul növünün istehsalını 40 min ədəd səviyyəsinə endiririk (bu vəziyyəti Ç nöqtəsi ifadə edir). Nəhayət, paltar istehsalını 800 min ədəd səviyyəsinə qaldırmaq isə bütövlükdə velosiped buraxılışından imtina etmək deməkdir (bu vəziyyəti də D nöqtəsi əks etdirir).

İqtisadi nəzəriyyədə istifadə olunan digər bir model **dövri-axın** modelidir.

Dövriyyə axını modeli

Dövriyyə - resursların və gəlirlərin axınını, eləcə də əsas bazarlarda qarşılıqlı fəaliyyət zamanı təsərrüfat subyektlərinin mübadilə etdikləri gəlir və xərclərin axınını əks etdirən modeldir. Dövriyyənin hər hansı modelinin əsas anlayışı subyektin iqtisadi (təsərrüfat) büdcəsi onun gəlirləri və xərcləri arasındakı bütün qarşılıqlı əlaqələri birbaşa və ya dolayı şəkildə əks etdirir. Dairəvi axın modeli makro səviyyədə iqtisadiyyatın fəaliyyətini əks etdirən ən məşhur nəzəri modeldir. Onu üç variantda təsəvvür etmək olar. Onların müzakirəsinə başlamazdan əvvəl, hansı iqtisadi subyektlərin mövcud olduğunu və hansı bazarlarda fəaliyyət göstərdiyini, eləcə də orada tətbiq olunan abstraksiyaların nə olduğunu müəyyən etmək lazımdır. Makroiqtisadiyyat birləşən dörd təsərrüfat subyektlərini fərqləndirir, hansılara ki, aiddir:

- *ev təsərrüfatı (ailə);*
- *müəssisə (şirkətlər);*
- *dövlət;*
- *xarici (qalan) dünya.*

Ev təsərrüfatları - ailələrin və ya ayrı-ayrı şəxslərin (fərdlərin) həyat təminatına olan tələbatını ödəyən bütün özəl təsərrüfatlardır. Ev təsərrüfatları torpaq, kapital, işçi qüvvəsi (əmək) və sahibkarlıq qabiliyyəti, satış və ya onlara gəlir gətirən icarəyə verilməsi kimi istehsal amillərinin xüsusi mülkiyyətində var. Ev təsərrüfatlarının gəlirləri cari istehlakla bağlı xərclərə və qənaətlərə yönəldilir.

Müəssisələr mənfəət əldə etmək üçün mal və xidmətlər (iqtisadi nemətlər) istehsal edən və həyata keçirən bütün təşkilat və firmalardır.

Müəssisələr ev təsərrüfatlarından istehsal amillərini alırlar, istehsal etdikləri malları və xidmətləri satırlar, istehsalın inkişafına sərmayə qo yurlar.

Dövlət ictimai nemətlər istehsal edən iqtisadiyyatın dövlət sektorunun bütün təşkilat və müəssisələrini (dövlət səhiyyəsi, pulsuz təhsil, ətraf mühitin qorunması, ictimai asayişin qorunması, yolların tikintisi, milli müdafiə və s.) nəzərdə tutur. Dövlət ictimai nemətlərin istehsalı üçün müəssisələr tərəfindən istehsal olunan mal və xidmətlər əldə edir. İctimai nemətlərin istehsalı ev təsərrüfatları və müəssisələr tərəfindən büdcəyə ödənilən vergilərlə örtülür.

Xarici dünya – bu ölkənin iqtisadi subyektləri ilə ixrac-idxal əməliyyatları, mal mübadiləsi, xidmətlər, milli valyuta məzənnələri və s. vasitəsilə qarşılıqlı fəaliyyət göstərən bütün xarici təsərrüfat subyektləri və dövlət təsisatlarıdır.

Bu modeldə milli iqtisadiyyatda bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə olan üç məcmu bazar nəzərdən keçirilir:

* iqtisadi resursların həyata keçirildiyi istehsal amillərinin bazarı: əmək, torpaq, kapital;

* istehsal fəaliyyəti məhsullarının satıldığı nemətlər bazarı (əmtəə) məcmu fayda kimi qiymətləndirilir. Burada ümumi tələb və təklif, ev təsərrüfatlarının əmanətlərinin iqtisadiyyatın gələcək inkişafı üçün lazım olan investisiyalara köçürülməsini həyata keçirən maliyyə aktivləri bazarı formalaşır.

Bu modelin məhdudlaşdırıcı şərtləri (yəni, tətbiq olunan abstraksiyalar) ondan ibarətdir ki, o, dövriyyənin ümumi prinsiplərini göstərir, lakin sektorlar daxilində cərəyan edən iqtisadi proseslər deyil; gəlir və xərc axınlarının miqdarının sabit olduğunu nümayiş etdirir; qiymət dəyişikliyinə nəzərdən keçirmir; ehtiyatların (maddi və əmək) tükənməsi problemini nəzərə almır.

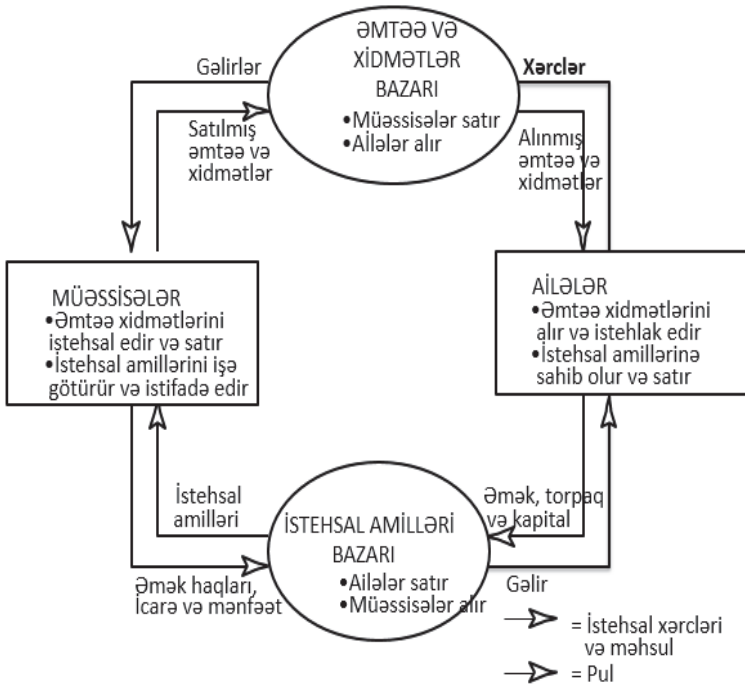
Dairəvi axın modelində iştirak edən əsas komponentlərlə tanış olduqdan sonra onun təhlilinə keçək. Sadə modelin əsas çatışmazlıqları aşağıdakılardan ibarətdir:

- dövlətin rolu əks etdirilmir;
- xarici dünyanın rolu göstərilmir;

- ehtimal olunur ki, ev təsərrüfatları bütün gəlirlərini mal və xidmətlərin alınmasına xərcləyir, müəssisələr isə istehsal prosesi başa çatdıqdan dərhal sonra mal satırlar.

Bu modeldə dövlət müəssisələrdən dövlət sifarişlərinin həyata keçirilməsi yolu ilə cəmiyyətdə malların və xidmətlərin dövriyyəsinə təsir göstərir, ictimai nemətlərin istehsalçısı kimi çıxış edir, ev təsərrüfatlarına və sahibkarlıq sektoruna güzəştlər və subsidiyalar şəklində dəstək verir, eyni zamanda onlardan vergi daxilolmaları alır. Dövriyyə modelinin üçüncü variantı açıq iqtisadiyyata uyğundur. Dövriyyə axın modelində əsas nəticə ondan ibarətdir ki, bütün iqtisadi subyektlərin ümumi xərclərinin ümumi istehsal həcminə bərabər olması şərti ilə əmtəə və pul axınları maneəsiz gedir.

İqtisadi nəzəriyyə obyektiv iqtisadi reallığı dərk edərək iqtisadi kateqoriyalar, qanunlar və prinsipləri açıq və formalaşdırır.



Sxem 3.2.1. Dövrü axın qrafiki

3.3. İqtisadi kateqoriya və qanunlar. Əsas iqtisadi anlayışlar

İqtisadi kateqoriyalar – mücərrəd, məntiqi, nəzəri anlayışlardır, bu da ümumiləşdirilmiş şəkildə müəyyən iqtisadi hadisələrin və proseslərin ümumi əlamətlərini ifadə edir. Məsələn, əmtəə, əmlak, kapital, mənfəət, bazar, tələb, əmək haqqı, işçi qüvvəsi və s.

İqtisadi qanunlar iqtisadi proseslərlə hadisələr arasında əhəmiyyətli, davamlı, daim təkrarlanan səbəb-nəticə əlaqələrini və qarşılıqlı asılılığı ifadə edir. "Qanun" anlayışı nəyinsə "məhiyyəti" nə oxşardır. İqtisadi qanunlar iqtisadi münasibətlərin məhiyyətini ifadə edir.

İqtisadi prinsiplər – təsərrüfat sisteminin inkişafının müəyyən tendensiyalarını ifadə edən fərziyyələri və orta qiymətləri ehtiva edən nəzəri ümumiləşdirmələrdir.

İqtisadi qanunlardan fərqli olaraq, prinsiplər obyektiv olaraq təbiətdə mövcud deyil. Onlar iqtisadi biliklərin sistemləşdirilməsi prosesində xüsusi olaraq yaradılır və müəyyən postulatlar şəklində çıxış edirlər. Prinsiplər qanunlardan daha az davamlı və daha az məcburi xarakter daşıyır.

İqtisadi qanunlar ümumi, xüsusi və spesifik qanunları əhatə edən iqtisadi qanunlar sistemini təşkil edir [14, səh. 23-26].

Ümumi qanunlar – sosial-iqtisadi tərəqqinin qanunlarıdır, çünki onlar insan cəmiyyətinin inkişafının bütün mərhələlərində fundamental əsasları və ardıcılığı ifadə edirlər.

Xüsusi qanunlar – bir neçə iqtisadi sistemlərdə fəaliyyət göstərirlər, o şərtlə ki, bu sistemdə xüsusi qanunlar üçün müəyyən şərait olsun.

Spesifik qanunlar bir tərəfdən müəyyən təsərrüfat sistemində sosial-iqtisadi münasibətlərin inkişaf prosesində məhiyyətini, digər tərəfdən isə onun ayrı-ayrı sahələrini açıqlayır.

İqtisadi qanunlar həm ümumi xüsusiyyətlərə, həm də təbiət qanunlarına (yerin cazibə qanunu, enerjinin qorunması və dəyişdirilməsi qanunu və s.) münasibətdə fərqli xüsusiyyətlərə malikdir.

İqtisadi qanunların ümumi xassələri.

İqtisadi qanunların, təbiət qanunları kimi fəaliyyəti obyektiv xarakter daşımındadır. Bu o deməkdir ki, iqtisadi qanunlar insanların şüurundan və istəyindən asılı olmayaraq müəyyən iqtisadi münasibətlərin təşəkkülü və inkişafı nəticəsində yaranır və fəaliyyət göstərilər. Bu və ya digər təsərrüfat münasibətləri yoxa çıxdıqca, onlara uyğun iqtisadi qanunlar da yoxa çıxır. Amma digər tərəfdən, onların hərəkətləri insanların fəaliyyətindən və səylərindən kənarında baş verə bilməz. İnsanlar iqtisadi qanunları dərk edə və onları öz təsərrüfat fəaliyyətlərində şüurlu surətdə istifadə edə bilirlər. Deməli, belə qənaətə gəlmək olar ki, iqtisadi qanunların yaranması və təsiri obyektiv, idrak və istifadəsi isə subyektivdir.

İqtisadi qanunların dərkətmə və istifadə formaları.

İqtisadi qanunların bilik və istifadəsinin aşağıdakı əsas formaları mövcuddur:

* empirik qanunlardan istifadə edən insanlar, iqtisadi qanunların mahiyyətinə bələd olmadıqda, onları öz praktiki fəaliyyətində şüursuz, intuitiv şəkildə tətbiq edirlər;

* elmi cəhətdən, iqtisadi qanunların mahiyyətini dərk edərək və açıqlayaraq, onları şüurlu şəkildə öz təsərrüfat fəaliyyətlərində daha səmərəli istifadə edirlər.

İqtisadi nəzəriyyənin funksiyaları

İqtisadi nəzəriyyənin elm kimi təşəkkülü və inkişafı prosesində onun əsas funksiyaları da formalaşmışdır: *idrak, metodoloji, praktiki, proqnoz, tərbiyəvi.*

İdrak (gnoseoloji) funksiyasında – iqtisadi proseslərin və hadisələrin mahiyyəti araşdırılaraq həyata keçirilir. İqtisadi kateqoriya və qanunları açıqlayaraq və formalaşdıraraq insanların biliklərini zənginləşdirir, cəmiyyətin intellektual potensialını artırır, insanların elmi dünyagörüşünü genişləndirir, cəmiyyətin təsərrüfat inkişafının elmi proqnozuna kömək edir.

Metodoloji funksiya ondan ibarətdir ki, iqtisadi nəzəriyyə konkret iqtisad elmləri sistemi üçün metodoloji baza kimi çıxış

edir, çünki əsas anlayışlar, iqtisadi qanunlar, kateqoriyalar, insan fəaliyyətinin bütün sfera və sahələrində həyata keçirilən təsərrüfatçılıq prinsipləri açıqlanır.

İqtisadi nəzəriyyənin *praktiki funksiyası* dövlətin iqtisadi siyasətinin elmi cəhətdən əsaslandırılmasından, həmçinin rəşional təsərrüfatçılığın forma və metodlarının tətbiqinə dair tövsiyələrin işlənilib hazırlanmasından ibarətdir.

İqtisadi siyasət cəmiyyətin bütün sosial qruplarının mənafeyi naminə milli iqtisadiyyatın inkişafına yönəlmiş dövlətin bütöv bir tədbir sistemidir. O, iqtisadi problemlərin həlli üçün optimal variantları müəyyən etmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. İqtisadi nəzəriyyə ilə təcrübə arasında sıx qarşılıqlı əlaqə mövcuddur. Hər hansı bir idrak prosesi real gerçəkliyi praktikadan öyrənməklə başlayır. Təcrübə elmi təhlil üçün material verir və nəzəri tədqiqatlara olan tələbatı formalaşdırır. Bununla yanaşı, istənilən nəzəriyyə təcrübə ilə əlaqə yaratmadan dəyərini və mənasını itirir. Təcrübə-iqtisadi nəzəriyyənin doğruluğunun meyarıdır onun həyatının son qiymətini verir. Təcrübə ilə nəzəriyyə arasında daimi əlaqə mövcuddur: təcrübə biliyə, bilik-iqtisadi siyasətə, iqtisadi siyasət-rəşional hərəkətlərə, əməli-təcrübənin təkmilləşdirilməsinə aparır. Əlaqələrin belə bir dövrü daim təkrarlanır, hər dəfə daha yüksək səviyyəyə qalxır.

İqtisadi nəzəriyyənin *proqnoz funksiyası* gələcəkdə sosial-iqtisadi inkişaf perspektivlərinin proqnozlaşdırılması üçün elmi əsasların işlənilib hazırlanmasından ibarətdir. Əslində, gələcək resursları, xərcləri və mümkün son nəticələri nəzərə alaraq ictimai istehsalın uzunmüddətli inkişaf proqramlarının hazırlanmasına gətirib çıxarır.

Tərbiyəvi funksiya vətəndaşlarda iqtisadi mədəniyyətin, müasir iqtisadi tərəkürün məntiqinin, iqtisadiyyatın milli və ümumdünya səviyyələrində fəaliyyət göstərməsi barədə dolğun təsəvvürü təmin edən analitik qabiliyyətlərin formalaşdırılmasından və onlara bazar sistemi şəraitində savadlı təsərrüfat davranışını işləyib hazırlamağa imkan verməsindən ibarətdir. O, onlarda peşəkar uğurların və ali həyat səviyyəsinin əldə olunmasının yalnız

dərin biliklərə yiyələnməsinin, inadkar işin, təşəbbüskarlığın təzahürünün, əsaslandırılmış qərarların qəbul edilməsinin və rəqabət şəraitində öz təsərrüfat fəaliyyətinə görə məsuliyyəti öz üzərinə götürmək bacarığının başa düşülməsini tərbiyə edir.

Ancaq bilmək lazımdır ki, iqtisadi davranışın hazır, birdəfəlik və bütün uyğun reseptlərini nəzəri elm vermir. Bu barədə C.M.Keyns qeyd etmişdir ki, "iqtisadi nəzəriyyə bilavasitə təsərrüfat təcrübəsində tətbiq olunmaq üçün hazır tövsiyələr toplusu deyil, əksinə, metod, intellektual alət, düşüncə texnikasıdır, ona sahib olanlara kömək etməklə, düzgün nəticələrə gəlməyə şərait yaradır".

İqtisadi təfəkkür insanın təsərrüfat davranışını müəyyən edən real iqtisadi gerçəkliyə dair baxışlarının, təsəvvürlərinin və mülahizələrinin məcmusudur.

İqtisadi təfəkkürün iki növü var: *adi və elmi*.

Adi düşüncə – insanın real təsərrüfat proseslərini səthi, birtərəfli və sistemsiz qavramasıdır ki, bunun əsasında o, iqtisadi problemlərlə bağlı subyektiv, bəzən səhv nəticələr və mülahizələr aparır.

Elmi təfəkkür – təsərrüfat proseslərinin mahiyyətini açmağa, onların ictimai əhəmiyyətini obyektiv qiymətləndirməyə və gələcəkdə inkişaf tendensiyalarını proqnozlaşdırmağa imkan verən elmi-tədqiqat üsullarından istifadə əsasında insanın iqtisadi gerçəkliyi hərtərəfli və dərinləndirən dərək etməsinə imkan verir.

Ölkəmiz iqtisadiyyatın keyfiyyətə yeni vəziyyətinə keçid etdiyi müasir şəraitdə iqtisadi nəzəriyyənin funksional rolu əhəmiyyətli dərəcədə artır. Həyatımızın şərtlərini dəyişdirmək, onları daha yaxşı etmək üçün iqtisadi əlaqələrin və qarşılıqlı asılılıqların təbiətini açıqlamaq üçün dərin iqtisadi biliklərə malik olmaq, iqtisadi fəaliyyətlərdə bazarın iqtisadi qanunlarından istifadə mexanizmlərinə yiyələnmək lazımdır.

Əsas iqtisadi anlayışlara aşağıdakıları aid etmək olar:

* *Tələb* – qiymət və istehlakçıların müəyyən bir müddət ərzində ciddi müəyyən edilmiş dəyərlə satın ala biləcək əmtəənin miqdarı arasında asılılıqdır;

* *Təklif* – istehsalçıların məhsulu müəyyən qiymətə istehlakçıya təqdim etmək qabiliyyətidir;

* *İqtisadi resurslar (istehsal amilləri)* – iqtisadi nemətlərin istehsalı üçün istifadə olunan elementlərdir. Onlardan ən mühümləri: torpaq, əmək, kapital, sahibkarlıq qabiliyyəti və informasiya-dır. Cəmiyyətin malik olduğu resursların məhdudluğu onun sərəncamında olan nemətlərin məhdudluğunu da şərtləndirir.

* *Tələbat* – insanların həyat fəaliyyətini dəstəkləmək, orqanizmin, şəxsiyyətin inkişafını təmin etmək üçün obyektiv zəruri olan nəyəsə ehtiyacının obyektiv olmasıdır.

Tələbatlar iki yerə bölünür:

* *ilkin tələbatlar* – insanın həyatı əhəmiyyətli tələbatlarını ödəyən (qida, geyim);

* *ikinci (digər) tələbatlar* – bu tələbatlara qalan digər tələbatlar aiddir.

Tələbatı iki nöqteyi-nəzərdən təhlil etmək olar: *maddi tələbat* və *mənəvi tələbat*.

Maddi tələbat – maddi nemətlərin məcmusudur, maddi formadır və insanın əmək fəaliyyətinin əsas motividir. Maddi tələbatın növləri: mənzil, mebel və avadanlıq, geyim və ayaqqabı, nəqliyyat və rabitə vasitələri, qida məhsulları, mədəniyyət əşyaları, istirahət və əyləncələrdir.

Mənəvi tələbat – informasiya formasında olub insan şəxsiyyətinin təşəkkülü və inkişafı üçün zəruri olan mənəvi nemətlərin məcmusudur. Mənəvi tələbatların növləri: peşə təhsili almaq, xidməti karyera, elmi və bədii yaradıcılıq, mədəniyyət və incəsənət, kütləvi mədəniyyət xidmətləri (kitablar), kino, video, teatrdir.

- *İqtisadi tələbatlar* – iqtisadi fəaliyyətə sövq edən daxili motivlərdir.

- *Nemət* – insanların ehtiyaclarını ödəmək, fayda gətirmək, zövq vermək qabiliyyətinə malik olan hər şey; Tələbatı ödəyən vəsaitlər nemətlər adlanır. Onların bəziləri məhdudiyətsiz, bəziləri isə məhdud miqyasda müvcuddur. Sonunculara iqtisadi nemətlər deyilir. İqtisadi nemətlər məhdud miqdarda olan tələbatın ödənilməsi vasitəsidir. Bunlar nadir və ya məhdud olduğuna görə istehsal

edilməli və bölüşdürülməli olan nemətlərdir. Bu nemətlərə olan tələbat onların sayından əhəmiyyətli dərəcədə yüksək olduğundan, qiymətləri var. Məhdud nemətlərə praktiki olaraq bütün nemətləri aid edirlər (hava, günəş işığı və bir neçə nemətlərdən başqa; bunların təklifi onlara olan tələbi əhəmiyyətli dərəcədə üstələyir). Azad nemətlər-məhdudiyətsiz miqdarda olan nemətlərdir (günəş işığı, hava və digər nemətlər). Bu nemətlərin istehsalı və paylanması zərurəti mövcud deyil, çünki onların təklifi o qədər böyükdür ki, qiyməti sifira bərabərdir.

İqtisadi nemətlər aşağıdakılardan ibarətdir:

- uzunmüddətli, bir neçə dəfə istifadəsi nəzərdə tutulur;
- uzunmüddətli olmayan, birdəfəlik istehlak prosesində yox olan iqtisadi nemətlər.

Nemətlər arasında bir-birini əvəz edən (*substitutlar*) və bir-birini tamamlayanları (*komplementar*) fərqləndirirlər. İqtisadi nemətləri indiki və gələcək, birbaşa (istehlak) və dolay (istehsal) növlərinə görə də bölmək olar.

- *Nemətlərin faydalılığı* – iqtisadi nemətlərin bir və ya bir neçə insan tələbatını ödəmək qabiliyyətidir. "Faydalılıq" termini ingilis filosofu İ.Bentam tərəfindən təqdim edilmişdir. İstehlak davranışının iqtisadi modeli istehlakçının zövq və gəlirlərinin nemətlərin qiymətləri ilə yanaşı, bu nemətlərə olan tələb funksiyalarını necə müəyyənləşdirdiyini izah edir. İstehlakçının davranış nəzəriyyəsinin əsasını onun rasionallığı haqqında fərziyyə təşkil edir.

- *Qıtlıq (defisit)* – azad dövriyyədə nəyinsə çatışmazlığını xarakterizə edən iqtisadi termindir. Qıtlığın əsasını təklif üzərində tələbin aşılması təşkil edir. Bu zaman bazar iqtisadiyyatında belə qeyri-tarazlıq qiymətin artması ilə kompensasiya edilir, bunun sayəsində bu və ya digər malın dəyəri yenə də yeni səviyyədə tarazlığa gəlir.

IV FƏSİL

İNSANIN İQTİSAD DÜNYASI İLƏ BAĞLI FƏALİYYƏTİ

4.1. İqtisadi nəzəriyyədə insan modelləri

İnsan şəxsiyyətinin müxtəlifliyi, onun fəaliyyətinin müxtəlif motivləri iqtisadi həyatın elmi təhlili zamanı insan modelindən, yəni müəyyən sosial-iqtisadi münasibətlər sistemində fəaliyyət göstərən insan haqqında vahid təsəvvürdən istifadə etməyi zəruri edir. İnsan modeli, hər bir elmi model kimi, fərdləri xarakterizə edən əsas parametrləri özündə birləşdirir: iqtisadi fəallığın motivləri, onun məqsədləri, həmçinin insanın öz məqsədlərinə nail olmaq üçün istifadə etdiyi idrak imkanları.

İqtisadi nəzəriyyə insanda əsasən onun iqtisadi davranışını, yəni müxtəlif maddi və mənəvi nemətlərin yaradılması prosesində fərdi və içtimai hərəkətləri, onların bölüşdürülməsi və istifadəsini qeyd edir. O, insan modelini müəyyən nəzəri əsas kimi nəzərdən keçirir, bunun əsasında iqtisadçılar öz çoxsaylı nəzəriyyələrini-tələb, təklifi, rəqabəti, mənfəəti, istehlakçıların və istehsalçıların davranışlarını və s. qururlar.

İqtisadiyyatda bir insan modelinin yaradılmasının çoxsaylı istiqamətləri arasında bir neçəsini fərqləndirilə bilərik.

Birinci istiqamət ingilis məktəbi, marjinalizm və neoklassiklər tərəfindən təqdim edilir.

Bu baxış, ilk növbədə, "iqtisadi insan"ın fəaliyyətinin əsas motivi olan egoist, pul marağını önə çəkir. Bu yanaşmaya uyğun olaraq fərd özünü elə aparır ki, müəyyən məhdudiyətlər çərçivəsində faydalılığı maksimuma çatdırır.

"İqtisadi insan" rasionel insandır. O, intellekt, məlumatlılıq və səriştəlilik səviyyəsinə malikdir, hansı ki, azad və ya mükəmməl rəqabət şəraitində onun məqsədlərinin reallaşmasını təmin edə bilər. Rasionel şəxs öz məqsədlərini müəyyən dərəcələrə bölməklə seçim azadlığına malikdir, şəxsi məqsədə nail olmaq üçün çalışır. Beləliklə, rasionel insanın konsepsiyası azad rəqabət cəmiyyətində rasionel davranan şəxs tərəfindən qalib gəlməsi barədə zəminə

əsaslanır. Rasional davranmayan şəxs isə ududur.

İkinci istiqamət keynsçilik məktəbinə, institusionalizmə, tarixi məktəbə xasdır.

Bu istiqamət çərçivəsində işlənib hazırlanmış insan modelləri daha mürəkkəb təqdim edilir və məhdud rasionallıq nəzəriyyəsinə əsaslanır.

Xüsusilə, davranış stimulları özündə yalnız maddi, pul xeyirlərinə can atmağı deyil, həm də psixoloji xarakterin müəyyən elementlərini – ənənələrə, vərdişlərə, nüfuza, həyatdan həzz almaq arzusunun və s. bu modellərdə cəmiyyət daha mürəkkəb struktura malikdir və dövlətin tarazlıq vəziyyətində saxlanması üçün iqtisadi münasibətlərə müdaxiləsi tələb olunur.

Üçüncü istiqamət isə amerikalı iqtisadçı Q.Bekkerin yanaşmasını əks etdirən "iqtisadi insan" modelinin yeni növü ilə təmsil olunur. Onun üçün dəyərin maddi deyil, şəxsiyyətin mənəvi tələbatlarının artması səciyyəvidir.

Buna görə də, təsərrüfat həyatında rasionallıq davranış şəxsin maddi faydasına əsaslanarsa da, o, bir sıra hallarda digər faydalar üçün bu faydalardan imtina etmək anlamına gələ bilər, lakin söhbət heç də həmişə iqtisadi faydadan getmir.

Yeni model tələbatların müxtəlifliyini fərqləndirir ki, bunun da əsas səbəbi özünüifadə azadlığına, mədəniyyət növünün azad seçiminə və ictimai-siyasi baxışlara olan ehtiyaclardır. Sosial-fərdi insanın bu modeli inkişaf etmiş qruplararası əlaqələri və sosial icmalar arasında qeyri-səmimi sərhədləri olan demokratik və plüralist məsələlərə əsaslanan cəmiyyəti nəzərdə tutur.

Bütövlükdə mücərrəd xarakter daşıyan bu modellər təsərrüfat proseslərində "insan amilinə" xas olan əsas parametrləri ümumiləşdirilmiş şəkildə əks etdirir. Onları bilmək insanın iqtisadiyyatda cəmiyyətin inkişafının müxtəlif mərhələlərində rolunu qiymətləndirməklə, iqtisadi siyasətdə daha optimal istiqamətləri formalaşdırmaqla yanaşı, bu və ya digər iqtisadi həllərin nəticələri ehtimalının kifayət qədər yüksək olduğunu proqnozlaşdırmağa imkan verir.

XIX əsrdə yaşamış ingilis sosioloqu Bentam yazırdı ki,

insanı insan edən xüsusi mülkiyyət olmuşdur. Çünki xüsusi mülkiyyətin yaranması ilə insan köçəri həyatdan imtina etmiş, torpaq üzərində öz mülkiyyətini yaratmaqla öz nəslinə və vətəninə məhəbbət hissi yaratmışdır. Bentamin insanın təbiəti haqqında konsepsiyasının əsas əlamətləri aşağıdakılardır:

- universallıq iddiası;
- insanın heç bir "sinfə" aid edilməməsi;
- "hedonizm" - aksioloji təlimdir, hansı ki, "həzz" həyatın ən yüksək neməti və mənasıdır, yeganə terminal dəyəridir (halbuki bütün başqa dəyərlər instrumental, yəni "həzzə" nail olma vasitələridir);
- "hesablama rəasionalizmi" - xoşbəxtlik əldə etmək üçün insanın öz hərəkətlərini hesablamaq bacarığı.

Məşhur alim A.Vaqnerin insanın təbiəti haqqında konsepsiyası xüsusi maraq yaradır. O hesab edirdi ki, insanın iqtisadiyyat sahəsində fəaliyyəti aşağıdakı amillərə görə həyata keçirilir:

- pul qazanmaq arzusu, tələbat təhlükəsi;
- tərifi istəyi, cəzalandırılmaq təhlükəsi;
- məziyyət hissi, rüsvayçılıq təhlükəsi.

Alman tarixi məktəbinin nümayəndələri klassik məktəbin fərdiyyətçiliyinə, həmçinin iqtisadi fəaliyyət subyektinin modelləşdirilməsindəki rəasionalizm və formalizmin əleyhinə çıxış edirdilər [23, səh. 98-113]. Onların fikrincə, **iqtisadçının təhlil obyektii yalnız xalq ola bilər ki**, o da fərdlərin məcmusu deyil, “milli və tarixi baxımdan müəyyənləşdirilmiş, dövlət tərəfindən birləşdirilmiş tamlıqdır”. Fərdçilikdən məhrum təsərrüfat agentləri qrup maraqları əsasında birliklər və kollektivlər yaradırlar. İqtisadi davranış subyektii burada tələbatları olan şüurlu varlıq kimi, ailənin, sosial qrupun, sinfin, cəmiyyətin, bəşəriyyətin üzvü kimi təqdim olunur. Təsərrüfat fəaliyyətinin bu cür dərkii müasir institusionalizm üçün də səciyyəvidir. Müasir iqtisadi nəzəriyyədə K.Marks, E.Dürkheyim və M.Veberin əsərlərindən başlanğıc alan üç əsas stratifikasiya nəzəriyyəsini göstərmək olar.

Bunlara Marksist nəzəriyyəsi, funksionalizm və veberianlıq nəzəriyyələrini aid etmək olar.

Marksist nəzəriyyəsinin əsasını belə bir fikir təşkil edir ki, cəmiyyətin bazisini istehsal münasibətləri təşkil edir, onlar isə son nəticədə məhsuldar qüvvələrin səviyyəsi və xarakteri ilə müəyyən-ləşir. İstehsal münasibətlərinin əsasını istehsal vasitələri üzərində mülkiyyət münasibətləri təşkil edir ki, bu da siniflərə görə, bölgü-nün əsas meyarıdır. Mülkiyyət olduqca qeyri-bərabər bölündüyün-dən və istehsalçıların çox hissəsi əldə olunan məhsuldan kənarlaş-dırıldığından sinfi münasibətlər istehsal münasibətləri, özgənin haqqı ödənilməmiş əməyinin mənimsənilməsidir. Bu maraqların müddəli fəhlələr sinfi və onun rəhbərlik etdiyi aşağı təbəqələr tərə-findən dərkəi ictimai bazisin inqilabi dəyişdirilməsinə yönəlmiş kollektiv fəaliyyət üçün qüvvələrin toplanmasına gətirib çıxarır. K.Marks təlimi insan modelinin mücərrəddən konkretə, “Kapital”-ın birinci cildindəki“ adi istehsalçı”dan sənaye, ticarət və borc kapitalını təmsil edən kapitalistə qədər yüksəlməsini nəzərdə tutur.

Funksionalizm nəzəriyyəsinin mahiyyəti ondadır ki, cə-miyyətdə sosial təbəqələşmə aradan qaldırılmalıdır və həvəslən-dirmə, nəzarət funksiyalarının həyata keçirilməsi üçün bu zəruri-dir. İnsanlar faydalı funksiyalar yerinə yetirərkən müxtəlif sosial-peşə mövqelərini tuturlar ki, bu da onların cəmiyyət üçün vacib-liyinə və oynanılan rolun nadirliyinə görə dərəcələrinə bölünür: mövqeyin daha yüksək dərəcəli olması sahibinə daha yüksək gəlir, ixtiyar və hörmət təmin edir, daha yüksək fəallığa malik cəmiyyət üzvləri daha nüfuzlu yer uğrunda rəqabətdə üstün gəlirlər. Bu nəzəriyyə sinfi mübarizənin olmamasını nəzərdə tutur.

Veberianlıq istiqamətinə görə, istənilən təbəqələşmənin əsa-sında hakimiyyət və nüfuzun bölüşdürülməsi durur. Hakimiyyət münasibətləri marksizmdə olduğu kimi, mülkiyyət münasibətləri ilə sət əlaqələndirilmir və funksionalistlərin mülahizələrinin əksi-nə olaraq özlərində münaqişə elementlərini daşıyır. Bu nəzəriyyə-də “iqtisadi sinif” kateqoriyasının mənası dəyişir, əsas diqqət mülkiyyətə deyil, bazar qruplarının mövqeyinə yetirilir. Siniflər əmtəə və əmək bazarlarında tipik ehtimallarla birləşirlər. Sosial qrupların ehtimalları müxtəlif bazardakı cari vəziyyətlə deyil, həm də xüsusi mənsəb, karyera imkanları ilə müəyyən-ləşir. Veberianlıq

istiqlamətinə görə, **sosial qrupların iqtisadi davranışı təhsil və peşənin nüfuzu, həyat tərz (üslubu), sosiomədənə yönümlənmə, davranış normaları və həmin mövqələrin bazar mövqələrinə müvafiqliyi ilə şərtlənir.**

İqtisadi insanın davranış modelini müasir şəraitdə araşdırmaq üçün gündəlik və ictimai şüurun vəziyyətini, cəmiyyətin sosial quruluşunu, iqtisadi fəaliyyətin məqsəd və üsullarını öyrənmək lazımdır. Bu zaman söhbət iqtisadi nəzəriyyədə paradigmalardan dəyişilməsindən deyil, paralel nəzəriyyələrin işlənilməsindən gedə bilər.

4.2. İnsanın həyat fəaliyyəti haqqında təlimlər

İnsan qruplarının və bütövlükdə cəmiyyətin təsərrüfatçılıq fəaliyyəti müəyyən iqtisadi mühitdə həyata keçirilir.

Təsərrüfatçılıq mühiti nəzəriyyəsi insanın həyat fəaliyyətində təbii və sosial mühitləri ayırır [23, səh. 120-137].

Təbii mühit təsərrüfatçılığın təbii şərtlərini müəyyənləşdirir. Bura iqlim və torpaq xüsusiyyətləri, irsiyyət, əhalinin sayı, qidalanma keyfiyyəti, yaşayış, geyim və s. aiddir. İnsan fəaliyyəti təbii resursların məhdudluğu şəraitində baş verir. Məlum olduğu kimi, yer kürəsinin əksər hissəsi (3/4) okean və dənizlərin payına düşür. Eləcə də yer səthində torpaqlar müxtəlifdir, faydalı qazıntıların həcmi eyni deyil, flora və fauna, insanların həyat fəaliyyətinin iqlim şəraitləri rəngarəngdir. Bütün bunlar səciyyəvi xüsusiyyətləri şərtləndirir. İqlim kənd təsərrüfatı işlərinin müddətini və məhsuldarlığını müəyyənləşdirir. Kənd təsərrüfatı işlərinin müddəti Avropada 4-11 ay arasındadır.

A. Humboldtun hesablamalarına görə, bu en dairələrində becərilən banan həmin sahəyə bərabər tarlada becərilən taxıldan 133 dəfə çox insan qidalandıra bilər. Məhsuldarlığa yağıntının miqdarı da təsir edir. Belə ki, nisbətən quru iqlimli vilayətlərdə məhsuldarlıq 1,5 dəfəyə qədər artır. Təsərrüfatçılıq fəaliyyəti üçün ən əlverişli yer orta yağıntılı bölgələr hesab olunur ki, bunlara Mərkəzi və Qərbi Avropa, Şərqi Çin, ABŞ-ın şərq hissəsi aid edilir.

Təsərrüfat nailiyyətlərinin əldə edilməsində irsiliyin böyük rolu vardır. Qədim dövrlərdə bədəncə zəif uşaqları öldürürdülər. Həmçinin Kandia adasında belə bir qanun var idi ki, gözəlliyi və gücü ilə seçilən qızları və oğlanları zorla evləndirirdilər ki, insan cinsini yaxşılaşdırsınlar. Müasir dövrdə elm də birmənalı şəkildə vərəsəlik qanunlarını qəbul edir. Uşaqlara yalnız zahiri oxşarlıq deyil, həm də psixi keyfiyyətlər keçir. Eyni zamanda yalnız sağlamlıq deyil, xəstəliklər də keçir. Pis qidalanmaqla müşayiət olunan yoxsulluq, yararsız gigiyenik şərait yalnız hazırki nəsil arasında deyil, gələcək nəsillər arasında da ölüm və xəstələnmə hallarının artımına səbəb olur. Əhalinin vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına yönəldilmiş tədbirlər isə dərhal deyil, tədricən səmərəli təsir göstərir.

İnsanların təbii mühitdə həyat fəaliyyəti haqqında müasir elm mövqeyindən insanın kosmosla bağlılığı da nəzərə alınmalıdır. XVII əsrin sonunda holland alimi X.Hüygens “Kosmoteoros” əsərində qeyd edirdi ki, həyat kosmik hadisədir. Həmin ideya rus alimi V.İ Vernadskinin noosfera haqqındakı əsərlərində hərtərəfli inkişaf etdirilmişdi. Noosfera-yer haqqında yeni anlayışdır. Noosferada insan birinci dəfə böyük geoloji qüvvəyə çevrilir, çünki o öz əməyi və fikri ilə həyatını əsaslı surətdə yenidən qurur, keçmişlə müqayisədə həyat fəaliyyəti şərtlərini də dəyişir. Bu nəzəriyyəyə görə, insanın Yer üzündə gücü onun fiziki gücü ilə deyil, beyni, şüuru və şüurla yönümləndirilmiş əməyi ilə bağlıdır.

İnsanı təbiətdən yalnız xəyalən ayırmaq olar. Heç bir canlı orqanizm Yer üzündə azad vəziyyətdə deyil. Hamı ətraf maddi-energetik mühitlə, qidalanma və tənəffüslə ayrılmaz və mütəmadi bağlıdır. Yer və digər planetlər də təcrid olunmuş vəziyyətdə deyil, qarşılıqlı əlaqədədirlər. Kosmik maddələr yerə düşərək insanlara təsir edir, həyat fəaliyyətinin nəticələri isə kosmik fəzaya gedir. Biosferin vəziyyəti bütünlüklə yerdəki həyat fəaliyyətindən asılıdır. Həyatın ətraf mühitə təsirini get-gedə artıran təsərrüfat formalarının yaradılması biosferin yeni vəziyyətinə-insan şüuru hökmranlığına (noosfera) aparır.

Bütün insanların bioloji vəhdəti və bərabərliyi təbiətin qanu-

nudur. Buradan isə bərabərlik idealının, təsərrüfat həyatında isə sosial ədalət prinsipinin qanunauyğunluğu, qaçılmazlığı yaranır. Elmin gəldiyi nəticələrin əksinə cəzasız getmək olmaz.

XX əsrdə bəşəriyyət vahid tamlıq olur, çünki hazırda Yer kürəsinin elə bir yeri yoxdur ki, orada rabitə, radio, televiziya, EHM və s. olmasın. Belə şəraitdə **ümumbəşəri dəyərlər** ön plana çıxır və iqtisadiyyatın inkişafında qlobal, ümumbəşəri problemlər əsas olur. Qeyd etmək lazımdır ki, XX əsr yalnız güclü iqtisadi inkişaf-la deyil, həm də yaşayış mühitinin tədricən pisləşməsi, insanın həyatı və sağlamlığı, flora və faunanın mövcudluğu üçün təhlükənin artması ilə səciyyələnmişdir. Əvvəlki əsrlərdən fərqli olaraq XX əsr həddindən artıq böyük texnogen fəlakətlər əsri olub və həmin fəlakətlərin nəticələrini yalnız təbii kataklizmlərin nəticələri ilə müqayisə etmək olar. XX əsrin ikinci yarısında Yer üzündə orta hesabla hər iki ildən bir iri qəza baş vermişdir. Məsələn, Kiştamya şəhəri yaxınlığındakı nüvə silahı üçün pluton istehsal olunan “Mayak” (Çelyabinsk-40) kombinatında baş vermiş qəza nəticəsində ətraf mühitə 2,1 mln. kəri radioaktiv maddə tullanmışdı ki, bu da 1500 kv.km sahəni çirkləndirmişdi. Bir neçə kəndin 10000-dən artıq əhalisi başqa yerə köçürülmüşdür. 1976-cı ildə Neapolun yaxınlığındakı Sveze şəhərində kimya zavodunda zəhərli dioksin qazının püskürməsi baş vermişdir. Şəhərə yayılmış zəhərli bulud onlarla adamı zəhərləmişdir. Nəticədə şəhər əhalisi təcili köçürülmüş, şəhər ətrafında qadağan zonası yaradılmışdı. 1979-cu ildə Kanada Missisauqi şəhəri dəmir yolunda zəhərli qaz dolu sisternin partlayışı nəticəsində şəhərin 230 min əhalisi təcili köçürülmüş, 120 kv.m zəhərli zona isə dövrəyə alınmışdır.

İnsanların təsərrüfat fəaliyyəti müəyyən “oyun qaydaları” çərçivəsində həyata keçirilir ki, bunlardan ən mühümü mülkiyyət münasibətləridir. Məhz bu münasibətlər təsərrüfatçılığın səmərəliliyində öz əksini tapan **sosial mühiti** müyyənləşdirir. Adam Smit yazırdı ki, heç bir mülkiyyət əldə etməyə imkanı olmayan adamın mümkün qədər çox yeyib, mümkün qədər az işləməkdən başqa maraqları ola bilməz. Bu halda əməyə marağ ya həddindən zəifdir, ya da ümumiyyətlə, yoxdur. Bu nəzəri müddəa son dövrlərə qədər

ictimai mülkiyyətin üstünlük təşkil etdiyi “post kommunist” ölkələrin təsərrüfatçılıq praktikası ilə təsdiqlənir. Xüsusi mülkiyyət azad rəqabətə şərait yaradır, təşəbbüskar,yaradıcı və daha məhsuldar əməyə sövq edir.

Təsərrüfat fəaliyyətinə, təsərrüfatçılıq qaydalarını müəyyənləşdirən,əmək şəraitini tənzimləyən müxtəlif dövlət təşkilatları,həmçinin yuxarıda sadlananların yaxşılaşdırılmasını tələb edən cəmiyyətlər, partiyalar və həmkarlar ittifaqları xeyli təsir göstərirlər. Tam bürokratik təsərrüfatçılıq sisteminin azad təşkilatlarla əvəzlənməsi sanki sosial atmosferi təmizləyir və təsərrüfatçıları ağır bağlılıq və tabeçilik hissindən azad edir, onları şəxsi təşəbbüsə, işi genişləndirməyə həvələndirir, muzzdlu fəhlələrin isə şəxsi ləyaqət hissini qaldırır.

Mülkiyyət münasibətləri istehsalçıların təbəqələşməsini yaradır.Varlılar və kasıblar meydana gəlir. Bu sosial qruplarda tərbiyə,təhsil və ömrün orta uzunluğu müxtəlifdir. Tərbiyə və təhsil insan orqanizminin fiziki və zehni inkişafına rəvac verir, onu əməyə daha qabil edir və irsi xüsusiyyətlərdə əks olunur. Fransız fizioloqu Florens bildirirdi ki,əlverişli şəraitdə XIX əsrin sonunda insan 100 il yaşaya bilərdi,halbuki orta yaşayış müddəti ondan 40 il az idi (müqayisə edək: hazırda Fransada-76; Rusiyada-59).

Mülkiyyət münasibətləri çox vaxt əmək şəraitini də müəyyənləşdirir. Hələ qədim dövrlərdə başa düşürdülər ki, insan istirahətsiz yaşaya bilməz. Moiseyin qanunlarının birində deyilir ki, həftənin yeddinci günü istirahətə həsr olunmalıdır.

Bazar iqtisadiyyatının formalaşdığı ilk dövrlərdə iş günü uzunluğu 15,16,17 saat və daha çox idi. Hazırda Rusiya fermerləri də bu qədər işləyirlər. İş gününün “düşüncəsiz” uzadılması mənfəətin iş günündən asılı olması kimi səhv fikirdən irəli gəlir. İnsan öz orqanizminə zərər yetirmədən gün ərzində yalnız müəyyən saat (təqribən 8 saat) həcmində işləyə bilər və işləməlidir. Bu hədlər pozulduqda insanın işləməyə qabil olduğu həyat dövrü qısalır.

Beləliklə, insanın həyat fəaliyyəti yalnız təbii şəraitlə deyil, ictimai şəraitlə də müəyyənləşir və deməli, yalnız ictimai qanunlarla deyil, həm də biologiya, kosmos və təbiətşünaslıq qanunları sistemi ilə də müəyyənləşir.

4.3. İqtisadi sistemlər: əsas anlayışları, məzmunu və təsnifatı

Yunan mənşəli "*sistem*" termini - hissələrdən ibarət "bütöv" deməkdir. *İqtisadi sistem*, hər hansı digər sistem kimi, elementlərdən ibarətdir və müəyyən bir struktura malikdir (strukturu təşkil edən elementlərin qarşılıqlı əlaqəsi).

İqtisadi sistem – bütün iqtisadi münasibətlərin və cəmiyyətin təsərrüfat fəaliyyətinin növlərinin məcmusudur ki, bu da məhsuldar qüvvələrin fəaliyyəti vasitəsilə və insanların tələbatını ödəmək məqsədi ilə müəyyən istehsal münasibətləri formasında həyata keçirilir.

İqtisadi sistem həm də dövlət tərəfindən təşəkkül tapmış, qorunan iqtisadi qayda-qanundur, təşkilat quruluşunun və milli iqtisadiyyatda gedən real təsərrüfat proseslərinin məcmusu kimi çıxış edir.

İqtisadi sistemin xarakteri istehsal amillərinə mülkiyyət formasından və təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi mexanizmindən asılıdır [23, səh. 120-137 s.].

İqtisadi sistemin subyektləri-müəssisələr (şirkətlər), ev təsərrüfatları (kiçik istehsalçılar, əmək və maliyyə resurslarının təchizatçıları) və dövlətdir.

İqtisadi sistemin strukturu

İqtisadi sistemin tərkibindən aşağıdakı alt sistemlər ayrılır.

1. Üç qrupa bölünə bilən institut və təşkilatların sistemi:

* digər iştirakçıların fəaliyyətinin əlaqələndirilməsini təmin edən dövlət müəssisələri (hökumət və dövlət hakimiyyəti orqanları - iqtisadiyyat, statistika, vergitutma, sahə təsərrüfatı və s. nazirlikləri və komitələri, məhkəmə sistemi, həmkarlar ittifaqları və digər ictimai birliklər, yəni sözün geniş mənasında-dövlət);

* müxtəlif mülkiyyət formalı müəssisələr, yəni müxtəlif məhsul və xidmətlərin alıcıları və satıcıları olan iqtisadi nemətlərin istehsalçıları;

* ev təsərrüfatları, yəni son məhsul və xidmətlərin (istehlak nemətlərinin) alıcılarından və istehlakçılarından ibarət olan və mü-

əssisələri əmək və kapital kimi amillərlə istehsalı təmin edən ailələr, ödənişlə işçi qüvvəsini və müvəqqəti sərbəst pul vəsaitlərini (yığımları) təmin edənlər.

2. İqtisadi davranışa təsir edən qanunvericilik aktları kompleksi: Konstitusiya qanunvericiliyi, mülki qanunvericilik (mülkiyyət, əqdlər haqqında), maliyyə-kredit sahəsi haqqında qanunvericilik (vergilər, büdcə, banklar, valyuta və sığorta haqqında), iqtisadi fəaliyyət (o cümlədən sahələr üzrə), əmək və məşğulluq, sosial müdafiə və sosial sığorta haqqında və s.

3. Cəmiyyətin təkamülü zamanı yaranmış və hər bir iqtisadi agentin istehsal, bölgü, mübadilə və istehlak sistemində yerini müəyyən edən iqtisadi şəraitin məcmusu.

4. Təsərrüfatçılığın qarşılıqlı razılaşdırılmış metodlarının məcmusu, yəni təsərrüfat mexanizmi. Təsərrüfat mexanizmi – cəmiyyətdə qarşıya qoyulmuş məqsədlərə nail olmaq üçün istifadə olunan iqtisadi fəaliyyətin aparılmasının və idarə edilməsi alətlərinin, forma və metodlarının məcmusudur. Bu, iqtisadi sistemdən daha konkret bir anlayışdır. Bura dövlət planları və milli inkişaf proqnozları, iqtisadi qanunlar, alətlər və stimullar, idarəetmənin təşkilati strukturu, ümumi qəbul edilmiş iqtisadi prosedurlar daxildir. Təsərrüfat mexanizmi cəmiyyətdə üstünlük təşkil edən istehsal vasitələrinə mülkiyyət formaları əsasında formalaşır.

İqtisadi sistemə aşağıdakılar daxildir: məhsuldar qüvvələr; istehsal münasibətləri; təsərrüfatçılıq mexanizmi (sistemi).

Məhsuldar qüvvələr istifadənin qarşılıqlı təsirini və effektivliyini təmin edən maddi (istehsal vasitələri) və şəxsi istehsal amillərinin (işçi qüvvəsi) və onların təşkilatının müəyyən formalarının məcmusudur. Məhsuldar qüvvələrin elementləri: işçi qüvvəsi-insanın əmək qabiliyyəti, fiziki və əqli qabiliyyətlərinin (əmək imkanlarının) məcmusu. İstehsal vasitələri-əmək vasitələri (binalar, qurğular, avadanlıqlar) və əmək predmetləri (xammal, materiallar).

Əmək prosesində insanlar təbiətlə öz aralarında qarşılıqlı əlaqəyə girirlər. Sonuncular nemətlərin istehsalı ilə şərtlənir və istehsal münasibətləri adlanır.

İstehsal münasibətləri iqtisadi nemətlərin istehsalı, bölgüsü,

mübadiləsi və istehlakı prosesində insanlar arasında real surətdə formalaşan münasibətlərin məcmusu, həmçinin insanların tələbatın ödənilməsi üçün onların tətbiqi prosesində istehsal vasitələrinə və resurslara münasibətidir. İstehsal münasibətləri sistemində əlaqələrin iki qrupunu ayırmaq olar:

* təşkilati-iqtisadi – istehsalın təşkili prosesində iqtisadi subyektlər arasında yaranır. Münasibətlərin bu qrupunun təməlinə iqtisadi sistem elementlərinin qarşılıqlı əlaqəsinin təşkili üsulu, forması və metodları dayanır.

* sosial-iqtisadi münasibətlər – insanlar arasında münasibətləri onların əşyalara və nemətlərə münasibəti vasitəsi ilə ifadə edir.

Məhsuldar qüvvələr və istehsal münasibətləri sıx qarşılıqlı əlaqədə və qarşılıqlı hərəkətdədir. İqtisadi tərəqqinin əsasını maddi məhsuldar qüvvələrin inkişafı təşkil edir. Texnikanın tərəqqisi ilə paralel olaraq və onun qabaqlanması ilə insanların yeni biliklərində, daha mükəmməl texnologiyalarda və istehsal alətlərində təcəssüm olunan elmin inkişafı gedir. Eyni zamanda, tələbatların həcmi və strukturu da artır. Məhsuldar qüvvələrin artan səviyyəsi daha mürəkkəb istehsal münasibətləri formasına uyğun olmalıdır. İstehsalda insanın rolu, onun dərəcəsi və bilikləri artır.

Təsərrüfatçılıq mexanizmi (sistemi) – təsərrüfat subyektləri arasında yaranan iqtisadi münasibətlərin forma və metodlarının məcmusudur (bura iqtisadi institutları, iqtisadi qərarların hazırlanması və qəbul edilməsi mexanizmləri, iqtisadi davranış normaları və qaydaları, idarəetmə formaları aid etmək olar).

Reallıqda bir çox müxtəlif iqtisadi sistemlər var. Buna görə də onları müəyyən əlamətlərə görə təsnif etməyə ehtiyac yaranır:

1. Məhsuldar qüvvələrin və istehsal münasibətlərinin qarşılıqlı əlaqəsi, hakim mülkiyyət növü (K.Marks): ibtidai icma, quldarlıq, feodal, kapitalist, kommunist (sosializm – inkişafın ilk mərhələsidir);

2. Məhsuldar qüvvələrin inkişaf səviyyəsi (Rostounun "iqtisadi artımın mərhələləri" nəzəriyyəsi);

* ənənəvi cəmiyyət – əsas əl texnikası, aqrar istehsalın üstünlüyü, aşağı əmək məhsuldarlığı;

* keçid cəmiyyəti – elmin, sənətkarlığın, bazarın inkişafı,

istehsalın səmərəliliyinin artırılması;

* iqtisadi sistemin ənənəvi iqtisadiyyatdan sənaye cəmiyyətinin daha yüksək tipinə keçməsi;

* "irəliləyiş" iqtisadi sistemi-kapital qoyuluşlarının əhəmiyyətli dərəcədə artması, kənd təsərrüfatında əmək məhsuldarlığının sürətlə artması, infrastrukturun inkişafı;

* iqtisadi yetkinlik cəmiyyəti-istehsalın və onun effektivliyinin sürətli artımı, bütün xalq təsərrüfatının inkişafı;

* yüksək kütləvi istehlak cəmiyyəti – istehsal əsasən istehlakçıya işləməyə başlayır, aparıcı mövqə uzun müddətli istifadə predmetləri istehsal edən sahələri tutur.

3. "Yeni tarixi məktəb" (K.Büxer) müəyyən təsərrüfat növünün üstünlük təşkil etməsi baxımından iqtisadi sistemlərin tiplərinə baxılırdı:

* ev-istehlak predmetləri istehsal olunduğu yerlərdə istifadə olunur;

* şəhər-əmtəənin birbaşa mübadiləsidir;

* xalq-istehlakçıya çatmazdan əvvəl əşyalar bir sıra təsərrüfatlardan keçir.

4. Cəmiyyətin iqtisadi sisteminin strukturu təsərrüfatçılığın hakim formasından asılı olaraq nəzərdən keçirilə bilər:

* "natural təsərrüfat"-istehsal olunan məhsullar təsərrüfat daxilində istehlak olunur, əməyin ictimai bölgüsü inkişaf etməyib;

* "sadə əmtəə təsərrüfatı"-istehsal olunan məhsulların bir hissəsi bazarda satılır, muzdlu əmək yoxdur, xüsusi mülkiyyət əməyin müəyyən ictimai bölgüsünü, ərzaq mübadiləsinə nəzərdə tutur. İnkişaf etmiş əmtəə təsərrüfatı sistemi ictimai əməyin bölünməsinə əsaslanır.

* "bazar sistemi" – mülkiyyət formalarının müxtəlifliyi hökm sürür, təsərrüfatın dövlət tənzimlənməsinin müxtəlif dərəcəsi səciyyəvidir. Sərbəst tənzimlənen bazar iqtisadiyyatı (tələb və təklif, qiymət və faiz dərəcələrinin nisbəti üzrə təbii bazar sistemi) və dövlət tərəfindən tənzimlənen bazar iqtisadiyyatı (bazar konyukturu dövlətin müəyyən etdiyi monopoliya istehsalının, qiymətlərin, faiz dərəcələrinin və vergilərin məhdudlaşdırılmasının təsiri altındadır) sistemlərini fərqləndirir.

5. Müasir iqtisadi sistemləri istehsal vasitələrinə mülkiyyət formalarından və ona daxil olan elementlərin əlaqələndirilməsi üsulundan çıxış edərək ayırmaq məqsəduyğundur (K.R.Makkonnell). Müxtəlif iqtisadi sistemlər əsas iqtisadi suallara fərqli cavab verir.

İnsan cəmiyyətinin tarixi inkişafı prosesində dörd əsas iqtisadi sistem formalaşmışdır:

- ***ənənəvi iqtisadiyyat;***
- ***bazar iqtisadiyyatı;***
- ***mərkəzdən idarə olunan iqtisadiyyat;***
- ***qarışıq iqtisadiyyat.***

Ənənəvi iqtisadi sistem (ənənəvi iqtisadiyyat)

Ənənəvi iqtisadiyyat nəsildən-nəslə keçən ənənələrə əsaslanır. Bu ənənələr hansı malların və xidmətlərin istehsal olunmasını, kimin üçün və necə olduğunu müəyyən edir. Nemətlərin siyahısı, istehsal texnologiyası və paylanması bu ölkənin adət-ənənələrinə əsaslanır. Cəmiyyət üzvlərinin iqtisadi rolları irsiyyət və kast mənsubiyyəti ilə müəyyən edilir. Bu sistem orta əsrlərə qədər cəmiyyətin həyatında böyük rol oynayırdı, bir çox fəaliyyət növləri irsiyyət üzrə keçəndə, müxtəlif sosial qruplar üçün həyat səviyyəsinin sərt sərhədləri, sex və icma qapalılığı və s. mövcud idi.

Bu gün texniki tərəqqinin böyük çətinliklərlə nüfuz etdiyi bəzi zəif inkişaf etmiş ölkələrdə iqtisadiyyatın bu növü qorunub saxlanılır. Bu peşələr "normal" gəlirlərin fərqləndirilməsi ilə bağlı stereotiplərə hakim olan "kişi" və "qadın" peşələrinin, eləcə də istehlak nemətlərinin bölüşdürülməsinin bəzi üsullarında özünü göstərir. Misal üçün, qonşu Rusiyada ənənəvi iqtisadiyyatın elementləri işçilərin bir çox şəhər və kəndlərdə işəgötürənlərdən yarımfeodal asılılığında, vətəndaşların olduğu yer üzrə qeydiyyatı institutunun qorunmasında, müəssisələrin balanslarında sosial-mədəni sahə obyektlərinin mövcudluğunda və s. kimi təzahür edir.

Ənənəvi tipli iqtisadiyyatların xarakterik xüsusiyyətləri:

- İstehsal texnikasının və texnologiyalarının zəif inkişafı;
- İqtisadiyyatın bütün sahələrində əl əməyinin böyük payı;
- Sahibkarlığın ənənəvi iqtisadiyyatında, o cümlədən iri böl-

mələrin fəaliyyət miqyasının daim artmasında cüzi rol oynayır;
- Cəmiyyətin həyat fəaliyyətinin bütün istiqamətlərində ən-ənələrin və adətlərin üstünlük təşkil etməsi.

Bazar iqtisadiyyatı

Bazar iqtisadi sisteminin əsas xüsusiyyətləri:

- * Xüsusi mülkiyyət;
- * Sahibkarlığın seçim azadlığı;
- * Rəqabət;
- * Bazar sisteminə dəstək;
- * Dövlətin məhdud rolu.

Bazar iqtisadiyyatı ehtiyatların xüsusi mülkiyyəti, iqtisadi fəaliyyətin əlaqələndirilməsi, idarə edilməsi üçün bazar və qiymət sistemindən istifadə edilməsi ilə xarakterizə olunur. "Nə, necə və kim üçün" istehsal etmək bazarını tələb və təklif mexanizmi ilə müəyyənləşdirir.

Kapitalist sistemində maddi resurslar fərdi şəxslərə məxsusdur. İcra üçün məcburi olan hüquqi müqavilələr bağlamaq hüququ fərdi şəxslərə öz mülahizələri əsasında maddi resurslarına sərəncam verməyə imkan verir. İstehsalçı istehsal etməyə çalışır (nə?) - o məhsulu ki, alıcının tələbatını ödəyir və ona daha çox gəlir gətirir. İstehlakçı hansı məhsulu satın alacağına və bunun üçün nə qədər pul ödəməsinə qərar verir. Çünki sərbəst rəqabət şəraitində istehsalçıdan qiymətlərin müəyyən edilməsi asılı deyil, "necə?" istehsal etmək, iqtisadiyyatın iqtisadi subyekti aşağı qiymətə görə daha çox satmaq üçün rəqibindən daha aşağı xərcləri olan məhsullar istehsal etmək istəyinə cavab verir. Bu məsələnin həllinə texniki tərəqqidən istifadə və müxtəlif idarəetmə üsulları kömək edir. Sual "kimə?" ən yüksək gəlirli istehlakçıların xeyrinə həll edilir. Belə bir iqtisadi sistemdə hökumət iqtisadiyyata müdaxilə etmir. Onun rolu xüsusi mülkiyyətin qorunması, azad bazarların fəaliyyətini asanlaşdıran qanunların müəyyənləşdirilməsindən ibarətdir.

"Komanda" iqtisadi sistemi (mərkəzdən idarə olunan iqtisadiyyat)

Komanda və ya mərkəzləşdirilmiş iqtisadiyyat bazar iqtisadiyyatının əksidir. Bu, bütün maddi resurslara dövlət mülkiyyətinə əsaslanır. Beləliklə, bütün iqtisadi qərarlar dövlət orqanları tərəfin-

dən mərkəzləşdirilmiş (direktiv planlaşdırma) vasitəsilə qəbul edilir. İstehsal planında hər bir müəssisəyə, hansı həcmdə istehsal etmək nəzərdə tutulur, müəyyən resurslar ayrılır, bununla da dövlət yalnız tədarükçülərin deyil, həm də alıcıların necə istehsal olunması məsələsini həll edir, yəni kimin üçün istehsal edilməsi məsələsi həll olunur. İstehsal vasitələri plan orqanı tərəfindən müəyyən edilən uzunmüddətli prioritetlər əsasında sahələr arasında bölüşdürülür.

Qarışıq iqtisadi sistem (qarışıq iqtisadiyyat)

Bu gün dövlətdə bu üç modeldən birinin saf şəkildə olması barədə danışmaq olmaz. Müasir inkişaf etmiş ölkələrin əksəriyyətində qarışıq iqtisadiyyat mövcuddur ki, bu da özündə hər üç növün elementlərini birləşdirir. Qarışıq iqtisadiyyat dövlətin tənzimləyici rolundan və istehsalçıların iqtisadi azadlığından istifadə etməyi nəzərdə tutur. Sahibkarlar və işçilər hökumət direktivləri ilə deyil, öz qərarı ilə bir sahədən digər sahəyə köçürülür. Dövlət isə öz növbəsində antiinhisar, sosial, fiskal (vergi) və iqtisadi siyasətin digər növlərini həyata keçirir ki, bu da ölkənin iqtisadi artımına və əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəlməsinə bu və ya digər dərəcədə kömək edir.

	Bazar	İnzibati
İstehsal resurslarına kim nəzarət edir?	İqtisadiyyatda istehsal resurslarına nəzarət və sahiblik ayrı-ayrı şəxslərdədir.	İnsan resursları istisna olmaqla, istehsal resurslarının əksər hissəsi dövlətin və ya hökumətin sahibliyi və nəzarəti altındadır.
Resurslardan istifadə qərarını kim qəbul edir?	Resurslardan istifadə üzərində qərarı bazarın çoxsaylı alıcı və satıcıları qəbul edir.	Qərarları mərkəzləşdirilmiş planlaşdırılmaya məsul olan dövlət orqanları qəbul edir.
Qərar qəbul edən şəxs hansı motivə əsaslanır?	Motivləşmə baxımından ayrı-ayrı şəxslər xüsusi maraqlardan çıxış edir.	Motivləşmə baxımından mərkəzləşdirilmiş planlaşdırılmaya məsul şəxs sosial məqsədlərdən çıxış edir.

Cədvəl 4.3.1. İqtisadi sistemin tipləri

V FƏSİL

İQTİSAD ELMİNİN BÖLMƏLƏRİ VƏ SƏVİYYƏLƏRİ

5.1. İqtisadi nəzəriyyədə iqtisadiyyatın tədqiqi səviyyələri

İqtisadiyyatın tədqiqat səviyyələri müxtəlif ola bilər. Miqyasından asılı olaraq iqtisadiyyat mikroiqtisadiyyat və makroiqtisadiyyata bölünür.

Mikroiqtisadiyyat ayrı-ayrı iqtisadi subyektlərin (müəssisələr, firmalar, istehlakçılar, ev təsərrüfatları, mizdlü fəhlələr, sahibkarlar, tacirlər və s.) təsərrüfat fəaliyyəti ilə bağlıdır. Mikroiqtisadiyyat təsərrüfat subyektlərinin, sahibkarların, biznesmenlərin, işçilərin maraqlarını, onların tələbatlarını və motivlərini, bazar tələbini və istehlakçıların davranışını araşdırır. Başqa sözlə, mikroiqtisadiyyat ayrı-ayrı subyektlərin bazar iqtisadiyyatında fəaliyyətinin qanunları ilə məşğul olur, müxtəlif bazarlarda məhsul istehsalının qiymətləri və həcmələrini, malların tələb və təklifinin amillərini, bazar tələbatını və davranışını, bazar strukturlarının müxtəlif növləri şəraitində firmaların davranış xüsusiyyətlərini öyrənir [23, səh.79].

Makroiqtisadiyyat bütövlükdə milli iqtisadiyyatın fəaliyyəti ilə bağlıdır, cəmiyyət səviyyəsində ümumi iqtisadi prosesləri (milli gəlirin istehsalı, işsizlik, inflyasiya və s.) öyrənir və göstərir ki, dövlət tərəfindən cəmiyyətin çiçəklənməsi üçün nə etmək lazımdır. Makroiqtisadiyyat bütövlükdə milli iqtisadiyyatda təsərrüfatçılıq sistemini araşdırır, gəlirin, məşğulluğun, qiymətlərin dinamikasının məcmu göstəricilərini nəzərdən keçirir, dövlətin iqtisadi siyasətinin istiqamətlərini müəyyənləşdirir. O, məcmu tələb və məcmu təklif, milli gəlir, maliyyə sistemi, inflyasiya, dövlət büdcəsi kimi kateqoriyalarla fəaliyyətini həyata keçirir, makroiqtisadi mütənəsiblikləri və onların tənzimlənməsini təhlil edir [23, səh.79].

Mikro və makroiqtisadiyyatdan başqa, həmçinin aralıq sistemləri və ya xalq təsərrüfatı sahələrini (aqrar-sənaye, hərbi-sənaye kompleksləri və s.) öyrənən mezoiqtisadiyyatı, dünya təsərrüfatının, bütövlükdə dünya iqtisadiyyatının davranışını izah edən su-

permakroiqtisadiyyatı da (meqaiqtisadiyyat) qeyd etmək olar.

Mezoiqtisadiyyat və ya medium-səviyyə (termin yaxınlardan istifadə olunmağa başlamışdır) - ərazi (region, vilayət, şəhər, rayon və s.) və ya sahə (sənaye, aqrar sektor, hərbi-sənaye kompleksi və s.) bölməsində milli iqtisadiyyatın alt sistemlərinin müəyyən fəaliyyət qanunlarının öyrənilməsini nəzərdə tutur [23, səh.79].

Meqaiqtisadiyyat və ya supermakroiqtisadiyyat (dünya iqtisadiyyatı) beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin mühüm formalarını araşdırır (birbaşa beynəlxalq istehsalı, işçi qüvvəsinin miqrasiyasını, kapitalın miqrasiyasını, beynəlxalq valyuta münasibətlərini, beynəlxalq ticarəti).

Hər bir insanın, ailənin fərdi kiçik iqtisadiyyatı var ki, burada gəlir və xərclərə uyğun iqtisadi qərarlar qəbul etmək lazımdır. Buraya daxildir: mənzil, ev təsərrüfatı, şəxsi əmlak, gəlirlər və s. Bu sahələrdəki əsas iqtisadi proseslər isə: ev əməyi, istirahət, yemək, uşaqların tərbiyəsidir.

İstehsal iqtisadiyyatının əsasını mallar və xidmətlər istehsal edən müəssisələr (firmalar) təşkil edir.

Milli iqtisadiyyatın sahə strukturu mövcuddur. İqtisadiyyatın bütün növlərindən üç böyük qrupu ayırmaq olar:

* birinci səviyyəli iqtisadiyyat(bura kənd təsərrüfatı və meşə təsərrüfatı, balıqçılıq, mədən sənayesi daxildir);

* ikinci səviyyəli iqtisadiyyat-birinci səviyyəli iqtisadiyyatın məhsullarının emal iqtisadiyyatı (neft emalı, metallurgiya, qida sənayesi və s.);

* üçüncü səviyyəli iqtisadiyyat-əhaliyə (məişət, mənzil-kommunal, ticarət, geyim, ayaqqabı, mebel, bərbərxana və s.), istehsala (nəqliyyat, saxlama, ticarət, ticarət, reklam, informasiya və s.),dövlətə müxtəlif növ xidmətləri təqdim edən xidmət iqtisadiyyatıdır.

Bu baxımdan iqtisadiyyat sahələrin məcmusu kimi nəzərdən keçirilir.

5.2. Mikroiqtisadiyyat və mezoiqtisadiyyatın nəzəri problemləri

Mikroiqtisadiyyat iqtisadi nəzəriyyənin bir hissəsidir. İqtisadi nəzəriyyə istehsal münasibətlərini və onların inkişaf qanunlarını öyrənən elmdir. İqtisadi nəzəriyyənin əsas mövzusu istehsal münasibətləri ilə təmsil olunur. Mikroiqtisadiyyat, resursların məhdudluğuna olan tələbatın ödənilməsi üçün malların istehsalı, bölüşdürülməsi, mübadiləsi və istehlakında insanların və qrupların davranışını araşdırır. Tələbat – nəyinsə olmaması nəticəsində fizioloji və ya psixoloji narahatlığı əks etdirən daxili vəziyyətdir. Tələbat insanın duyğularına, düşüncəsinə və davranışına təsir edir. İqtisadi tələbatlar - təsərrüfat fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün daxili həvəsləndirici motivlərdir.

İnsanların təsərrüfat fəaliyyəti müxtəlif proseslər və hadisələrin kompleksidir. Təsərrüfat fəaliyyətini dörd mərhələyə ayırmaq olar: *məhsul buraxılışı və ya istehsal, malların bölüşdürülməsi, mübadiləsi, istehlak*. İstehsal insan cəmiyyətinin mövcudluğu və inkişafı üçün zəruri olan maddi və mənəvi nemətlərin yaradılması prosesidir. İstehsal prosesi təbiətin və ya resursların hazır məhsula, yaxud iqtisadi nemətlərə çevrilməsidir. Bölgü prosesi vasitəsilə təsərrüfat subyektinin məhsulun buraxılmasında iştirak etdiyi payın və miqdarın müəyyən edilməsi həyata keçirilir. Məhsulların mübadiləsi malların və ya xidmətlərin bir obyektədən digərinə hərəkət etməsi, istehsalçının və istehlakçının ictimai əlaqəsinin formasıdır. İstehlak müəyyən tələbatın ödənilməsi üçün istehsal fəaliyyətində resurslardan istifadə etmək prosesidir. Mikroiqtisadiyyatdakı resursların məhdudluğu yalnız fiziki mənada deyil, həm də bütün insanların tələbatlarını eyni zamanda tam şəkildə ödəməyin mümkünsüzlüyü kimi başa düşülə bilər.

Resurslardan istifadə üzrə rəqabət onların məhdudluğuna səbəb olur. Rəqabət ehtiyatların mövcudluğu və onlardan istifadə imkanlarının ziddiyyətlərini əks etdirir. Mikroiqtisadiyyat ayrı-ayrı müəssisələr səviyyəsində problemləri, makroiqtisadiyyat isə ümumi milli miqyasda məsələləri araşdırır.

Mikroiqtisadiyyatın əsas problemləri

Mikroiqtisadiyyatın əsas problemləri – qiymətlərin və buraxılışın həcmlərinin, həmçinin konkret nemətlərin istehlakından ibarətdir. Mikroiqtisadiyyatın ikinci əsas problemi ayrı-ayrı bazarların vəziyyətindən asılı olub resursların müxtəlif məqsədlər arasında bölüşdürülməsidir. Mikroiqtisadiyyatın digər mühüm problemi nadirlik, yəni tam bolluq yaratmağın və cəmiyyətin bütün iqtisadi tələbatlarının ödənilməsinin mümkünsüzlüyüdür. Məhdudluq çox vaxt zaman, pul və maddi resursların qıtlığı ilə səciyyələnir. Resursların qeyri-adi və ya məhdudluğunu nisbi anlayış hesab etmək olar, çünki bu, yalnız cəmiyyətin tələbatlarına münasibətdə məhduddur. Həmçinin, bütün resurslar eyni dərəcədə məhdudlaşdırıla bilməz. Əgər resurslar bol miqdarda olsaydı, insan onların optimal bölgüsünün, səmərəli istifadəsinin və qənaətinin qayğısına qalmazdı. Onda mikroiqtisadiyyat elmi lazım olmazdı. *Bütün insanlar üçün eyni dərəcədə azad və əlçatan olan resurslara iqtisadi resurslar deyilir.* Onlar məhdudiyyətsiz sayda təqdim olunur. Məhdud resurslar – iqtisadi nəzəriyyənin məşğul olduğu iqtisadi resurslardır. Nemət – tələbatları təmin edən (ödəyən) vasitələrdir. Bütün nemətlərin məcmusunu maddi (təqdim olunan mallar) və qeyri-maddiyə (xidmətlər) bölmək olar. Öz aralarında nemətlər mürəkkəb qarşılıqlı əlaqədədir. Bəzi nemətlər əvəzolunmazdır, belə nemətlər *substitutlar* adlanır. Digər nemətlər qarşılıqlı olaraq bir-birini tamamlayır, yəni komplementlər və ya komplementar nemətlərdir. Tipik bir substitutun nümunəsi olan yağ və marqarin, komplementin-stul və masadır. Həmçinin, xeyli sayda keçid nemətlərini qeyd edə bilərik, onlar müxtəlif dərəcədə təmin və əvəz edilir, mütləq əvəzediciləri mövcud deyil. İqtisadi nemətlər dolayı ola bilər, onları daha çox istehsal amilləri adlandırırlar. Onlar bir-başına nemətləri yaratmaq üçün xidmət edirlər. Mikroiqtisadiyyatda problem ondan ibarətdir ki, insan rəqabət şəraitində nadir nemətlərin bölüşdürülməsi zamanı variantların, üsulların və istiqamətlərin seçilməsi problemi qarşısında qalır. İqtisadi seçim problemi məhdud resurslardan istifadənin ən yaxşı variantını seçməkdən ibarətdir ki, burada xərclər zamanı tələbatların maksimal dərəcədə

ödənilməsinə və ya minimal xərclərdə tələbatların müəyyən dərəcədə ödənilməsinə nail olmaq mümkündür.

Qiyət mikroiqtisadiyyat problemi kimi

Sahibkarlar, kapital əmanətçiləri, firmalar və ev təsərrüfatları tərəfindən təqdim olunan iqtisadi subyektlər qiymət kateqoriyasına xüsusi əhəmiyyət verirlər. Qiymət öz şəxsi marağını təmin edərkən istehsalçı və istehlakçının rəhbər tuta biləcəyi bir kateqoriyadır. Mikroiqtisadiyyatın mərkəzi problemi müvafiq bazarlarda malın qiymətinə təsir edən amillərin təhlilindən ibarətdir. Alfred Marşall konsepsiyasına uyğun olaraq, bazarlarda qiyməti əmələ gətirən tələb və təklif eləcə də onlara təsir edən amillərdir: *istehsal xərcləri, nadir resurslar, nemətin faydası, müəssisənin istehsal imkanları, vaxt intervalı*. Bu amillərin hər biri mikroiqtisadiyyatı tədqiq edir, bu elmin müvafiq hissəsi məhz onlara həsr olunub. Mikroiqtisadiyyat bir neçə məsələni və ya problemləri nəzərdən keçirir. Birinci hissə tələbin formalaşmasında qanunauyğunluqları, onu müəyyən edən amilləri, o cümlədən faydalılığı nəzərdən keçirir. İkinci hissə təklif və istehsal xərclərini təhlil edir. Üçüncü hissə bazarlarda mükəmməl (təkmil) və qeyri-mükəmməl (qeyri-təkmil) rəqabətin tələb və təklifi arasındakı əlaqəni araşdırır. Dördüncü hissə əmək, torpaq və kapital daxil olmaqla istehsal amillərinin qiymətinə əmələ gəlmə problemlərini araşdırır.

Mikroiqtisadiyyat elminin əhatə etdiyi məsələlər aşağıdakı başlıqlarda əks edilmişdir:

1. Tələb, təklif və tarazlıq.

Tələb (demand) – alıcının müəyyən şərtlərlə iqtisadi nemət əldə etmək istəyini əks etdirir. Ödəniş qabiliyyətli tələb-ev təsərrüfatının öz iqtisadi imkanlarını və zaman vahidində yaranmış istehlak üstünlüklərini nəzərə almaqla əldə etməyə hazır olan nemətlərin kütləsidir ki, bu da pul vəsaitlərinin müvafiq məbləği ilə təsdiq edilir. Tələbin miqdarı (həcmi) – alıcının istədiyi nemətlərin miqdarıdır ki, bu müddət ərzində müəyyən şərtlər daxilində alıcı onu əldə etmək iqtidarındadır. Tələbin qiyməti isə alıcının konkret vaxt ərzində əmtəənin vahidinə təklif etməyə hazır olduğu maksimal qiymətdir [23, səh. 304-314].

Təklif (supply) – müəssisələrin, istehsalçıların və satıcıların müəyyən qiymətə konkret iqtisadi nemətlərin miqdarını müəyyən vaxt ərzində bazara təqdim etmək istəyidir.

Təklifin həcmi-məhsulun və xidmətlərin maksimal miqdarıdır, hansı ki, satıcı bazarda məhsulunu müəyyən vaxtda satışı üçün təklif edir. Təklifin qiyməti-məhsulun bazara çatdırılmasına hazır olan minimal qiymətdir [23, səh.315-322].

Məhsul bazarında alıcıların maraqları satıcıların maraqları ilə toqquşur. Eyni zamanda alıcının satıcıya ehtiyacı var və satıcı alıcının varlığına ehtiyac duyur. İqtisadi maraqlarını həyata keçirmək üçün onlar razılıq axtarmağa, **bazar tarazlığını** təmin etməyə məcburdurlar.

Alıcıların planlarının satıcıların planları ilə üst-üstə düşdüyü vəziyyət belədir ki, təklifin müəyyən göstəricisində tələbin müvafiq həcmi formalaşdıqda, bazar tarazlığı yaranır.

Bazar tarazlığı elə bir vəziyyətdir ki, alıcıların müəyyən qiymətə iqtisadi nemətlər əldə etmək planları istehsalçıların (satıcıların) bazara eyni qiymətə iqtisadi nemətlər təqdim etmək planları ilə tam üst-üstə düşür.

2. Elastiklik.

Elastiklik – parametrlərdən birinin (məsələn, tələb və ya təklifin) digər parametrin (məsələn, qiymət, gəlir) dəyişməsinə həssaslığının ölçülməsidir. Elastiklik ikinci parametr 1% dəyişdikdə birinci parametrin neçə faiz dəyişdiyini göstərir. Ən çox istifadə olunan elastiklik göstəricilərinə tələbin və təklifin qiymət elastikliyi, tələbin gəlir elastikliyi, çarpaz qiymət elastikliyi, eləcə də istehsal amilləri arasındakı elastiklik aiddir.

3. İstehlakçı davranışı nəzəriyyəsi.

İstehlakçı davranışı nəzəriyyəsi alıcıların ehtiyaclarını maksimum dərəcədə artırmaq məqsədi ilə gəlirlərini necə sərf etdiklərini izah edir. Bu, malların qiymətləri, gəlirləri, üstünlükləri, alıcıların malların və xidmətlərin satın alınmasından "təmiz" uduşlarına maksimum dərəcədə necə təsir etdiyini göstərir. İstehlakçı davranışı nəzəriyyəsi təkcə bazar fəaliyyətində deyil, həm də geniş tətbiq sahəsi üçün nəzərdə tutulub. Belə ki, həyatın müxtəlif, vacib

anlarında istehlakçı davranışı nəzəriyyəsiindən uğurla istifadə etməklər olar.

Bazarda istehlakçı davranışını anlamaq və izah etmək çox çətinidir. Çünki, məhsul və ya xidmətin satın alınmasına insanın zövqü və üstünlükləri təsir edir.

İstehlakçının mümkün davranışını təxmin etməyə imkan verən üsullar vardır.

İstehlakçı davranışının marketinq tədqiqatları istehlakçıların istək və tələblərinə yönəldilir. Marketinq tədqiqatları iqtisadi nəzəriyyəyə, elmi psixologiya və sosiologiyaya əsaslanır.

Sistem təhlili tədqiqatın ümumi prinsip və metodlarının iqtisadi nəzəriyyəsinə əsaslanır, istehlakçı davranışı və tələbatını izah edir.

Sistem təhlili çərçivəsində istehlakçının davranışının öyrənilməsi onun istehlak seçiminin, bir əmtədən başqa əmtəyə üstünlük verməsinin səbəblərini araşdırmaqdan başlayır.

Adətən, istehlakçı seçiminin üç fərziyyəsini təhlil edirlər. Bu fərziyyələr, ilk növbədə, "son faydalılıq" konsepsiyasının öyrənilməsi, ikincisi, gəlir effekti və əvəz etmə effektinin hesablanması, üçüncüsü, istehlakçı seçimlərinin təhlili ilə bağlıdır.

Üçüncü fərziyyə üzrə istehlak seçimi istehlak üstünlüklərinin istehlakçıların öz tələbatlarının ödənilməsini maksimuma çatdırmaq üçün alış-verişə görə hansı məhsulların birləşdirilməsinin seçiləcəyini müəyyən edən büdcə məhdudiyətləri ilə birləşdirilməsidir. İstehlakçı hər bir alış onun məhdud pul gəlirlərinin tükənməsinə gətirib çıxarırsa, istədiyi hər şeyi ala bilməz. Nadir iqtisadi amillə üzləşən istehlakçı kompromislərə getməli və alternativ dəyərlər arasında seçim etməlidir ki, pul vəsaitlərinin məhdudluğu zamanı öz ixtiyarına daha arzuolunan məhsul dəstini alsın.

Bu və ya digər malların alınması imkanları ilə istəklərini əlaqələndirdikdən sonra insanların seçimləri, malların hansı miqdarda tələb olunacağından asılıdır. Tələbin istehlak seçimindən asılılığı göz qabağındadır. Tələb-alınan nemətləri həmin nemətlərin əldə edilməsi üçün etməli olduqları qurbanlarla bağlayan anlayışdır.

Xərcləri iki qrupa bölmək məsləhətə uyğundur:

* qiymət ilə bağlı pul xərcləri;

* qiymətsiz determinantlarla şərtlənən qeyri-pul xərcləri subyektiv zövqlər və üstünlüklər, bazarda alıcıların sayı, istehlakçıların orta gəliri, əlaqəli malların qiyməti.

4. İstehsal nəzəriyyəsi.

İstehsala daxil olanların hazır məhsula çevrilməsi prosesini öyrənən mikroiqtsadiyyat bölməsinə istehsal nəzəriyyəsi deyilir. **İstehsal** resurslardan istifadə edərək yararlı mal və xidmətlər yaradılması prosesidir. Bura manufaktura, balıqçılıq, saxlanc və qablaşdırma xidməti və s. müxtəlif fəaliyyətlər aiddir.

İqtisadi rifah istehsal prosesində yaranır. Başqa sözlə, bütün iqtisadi fəaliyyətlərin birbaşa və dolaylı məqsədi insanların ehtiyaclarını ödəməkdir. İstehsalda iki əsas göstərici iqtisadi rifahın artımını əks etdirir. Bu göstəricilərin birincisi istehsalın həcminin artırılması və bundan irəli gələn gəlirlərin yüksəldilməsi, digəri isə istehsalın məhsuldarlığının artırılmasıdır. İstehsalın üç vacib forması var:

* Bazar istehsalı (market production);

* İctimai istehsal (public production);

* Ev təsərrüfatlarının istehsalı (household production).

5. İstehsal xərcləri.

İstehsal xərcləri (dəyərin istehsal xərclərinin nəzəriyyəsi (ingiliscə: cost-of-production theory of value)) məhsul və xidmətlərin yaradılmasına cəlb edilən resursların cəmidir. Xərclər özündə müxtəlif istehsal amillərinə (işçi qüvvəsi, kapital, icarə haqqı (renta)) yönəldilən vəsaiti əks etdirir.

6. Bazarın strukturu və növləri.

Bazar strukturunun əsas iki növü fərqləndirilir: *sosializm və kapitalizm*. Sosialist strukturda bazarda satıcı qismində fərdlər yox, dövlət çıxış edir və iqtisadiyyat planlaşdırılır. Yəni, rəqabət yoxdur. Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində isə rəqabət bazar növlərini fərqləndirən əsas amildir. Bu təsnifata əsasən bazarlar aşağıdakı növlərə bölünür:

a) Təkmil rəqabət bazarı. Təkmil rəqabət bazarı eyni

məhsulu satan çoxlu sayda satıcı və bu məhsulları alan çoxlu sayda alıcı kütləsi ilə xarakterizə olunur. Belə ki, bu şəraitdə heç bir bazar iştirakçısı qiymətə təsir edə bilmir.

Təkmil (mükəmməl) rəqabət bazarı aşağıdakı xüsusiyyətlərlə xarakterizə olunur:

- *Firmaların məhsulları təkincidir, belə ki, istehlakçılar hansı istehsalçıdan satın alınmasına biganə yanaşırlar.* Sahənin bütün malları mükəmməl əvəzedicilərdir və firmaların hər hansı bir cütü üçün tələbin çarpaz elastikliyi qiymətə təsir edir. Bu o deməkdir ki, bir istehsalçı tərəfindən bazar səviyyəsindən istənilən qədər az qiymət artımı onun məhsullarına olan tələbatın sıfırdan aşağı düşməsinə gətirib çıxarır. Beləliklə, qiymətlər arasındakı fərq bu və ya digər firmanın üstünlük verməsinin yeganə səbəbi ola bilər. Qiymətsiz rəqabət mövcud deyil.

- *Bazarda iqtisadi subyektlərin sayı hədsiz dərəcədə böyükdür və onların xüsusi çəkisi o qədər kiçikdir ki, onun satışının (alışının) həcminin dəyişməsi ilə bağlı ayrıca firmanın (ayrıca istehlakçının) qərarları məhsulun bazar qiymətinə təsir göstərmir.* Bununla yanaşı, təbii ki, bazarda inhisarçı hakimiyət əldə etmək üçün satıcılar və ya alıcılar arasında sövdələşmənin olmaması ehtimal edilir. Bazar qiyməti bütün alıcılar və satıcıların birgə fəaliyyətinin nəticəsidir.

- *Bazara daxil olma və çıxma azadlığı.* Heç bir məhdudiyət və maneələr yoxdur-bu sahədə fəaliyyəti məhdudlaşdıran patentlər və ya lisenziyaların mövcud olmaması, əhəmiyyətli ilkin kapital qoyuluşları tələb olunmur, istehsal miqyasının müsbət effekti son dərəcə cüzdür və yeni firmaların sahəyə daxil olmasına mane olunmur, tələb və təklif mexanizminə dövlət müdaxiləsi yoxdur (subsidyalar, vergi güzəştləri, kvotalaşdırma, sosial proqramlar və s.). Bazara daxil olma və çıxma azadlığı bütün resursların mütləq hərəkətliliyini, ərazi və bir fəaliyyət növündən digərinə hərəkət etmək azadlığını nəzərdə tutur.

- *Bütün bazar subyektlərinin mükəmməl tanınması.* Bütün qərarlar müəyyən dərəcədə qəbul edilir. Bu, bütün firmaların gəlir və xərclərinin funksiyalarını, bütün resursların qiymətlərini, müm-

kün texnologiyaları bildiyini və istehlakçı firmaların qiymətləri haqqında tam məlumat əldə etdiyini bildirir. Bu zaman nəzərdə tutulur ki, məlumat dərhal və pulsuz yayılır.

Bu xüsusiyyətlər o qədər sərtidir ki, demək olar, onlara tam cavab verəcək heç bir real bazar yoxdur.

Lakin mükəmməl rəqabət modeli:

- kiçik firmaların çox sayda təkcins məhsullar satdığı bazarları, yəni bu modelə aid şərtlərə uyğun olan bazarları araşdırmağa imkan verir;

- mənfəətin maksimumlaşdırılması üçün şəraiti aydınlaşdırır;

- real iqtisadiyyatın səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi üçün standartdır.

b) İnhisarçı bazar. İnhisarçı bazarda tək satıcı və çoxlu sayda alıcı mövcuddur. Yəni, bazarda yeganə satıcı vardır və o qiymətləri təyin etməkdə hökmran mövqedədir. **İnhisar** sözü ingilis dilində "monopoly" deməkdir. "Monopoly" sözünün əsası yunan dilinə dayanır. Belə ki, bu söz "mono" – tək, tənha və "poleo"- satmaq sözlərinin birləşməsi ilə əmələ gəlib. Bu terminin tərkibindən də görünür ki, inhisar müəyyən məhsul və ya xidmətin yalnız bir şəxs və ya şirkət tərəfindən təqdim edildiyi haldır.

Başqa sözlə, inhisar, bir satıcının və çoxlu sayda alıcının olduğu bazardır. Bu bazar rəqabətin və əvəzedici əmtələrin yoxluğu, eləcə də yüksək mənfəət əldə etməyə imkan verən və marjinal xərclərdən çox yüksək olan inhisar qiyməti ilə xarakterizə edilir. Bundan əlavə, inhisarlar qiymətə təsir edəcək qədər böyük bazar gücünə malikdirlər. İnhisar dedikdə ilk növbədə insanın ağına bir çox qitədə fəaliyyət göstərən transmilli korporasiyalar, dövlət tərəfindən yaradılan böyük şirkətlər gəlir, amma inhisar qismində kiçik firmalar da ola bilər. Məsələn, uzun bir yol üzərində cəmi bir yanacaq doldurma stansiyası olduğunu fərz edək. Bu zaman yolda qalmaq istəməyən şəxs məcburən buradakı qiymətlərlə razılaşmalı olacaq.

Xalis inhisar bazarında müəyyən bir məhsulu istehsal edən və onu təklif edən sadəcə bir firma olduğu üçün bazardakı bütün tələb bir firmaya istiqamətlənir və firmanın məhsuluna olan tələ-

bin, bazardakı məcmu tələb ilə eyniliyini və azalan bir funksiya olduğunu qeyd etmək mümkündür.

c) İnhisarçı rəqabət. İnhisarçı rəqabət bazarında tam rəqabət bazarı kimi çoxlu sayda alıcı və satıcı kütləsi mövcuddur və onlar bazar qiymətinə çox cüzi təsir edə bilər. Fərqli cəhət isə burada satılan məhsulların eyni deyil, oxşar olmasıdır. Məsələn, mineral sular bazarını götürək. Burada bir-birindən adları və müəyyən miqdarda qiymət və keyfiyyətinə görə fərqlənən məhsullar satılır. İnhisarçı rəqabət bazarı, çox sayda firma tərəfindən istehsal olunan və bir-birinin əvəzləməsi olan bir qrup məhsulu homogenlikdən (bircinsli) uzaqlaşaraq, satıcının özünə xas bir alıcı kütləsi meydana gətirməsi halında ortaya çıxan bazar növüdür. Bu bazar ilk dəfə olaraq Con Robinzon və Edvard Çanberlen tərəfindən yaradılmışdır.

İnhisarçı rəqabət – sırf bazar şəraitində çoxsaylı məhsul istehsalçılarının oxşar, lakin idietik (eyni) olmayan məhsullarının təklifini nəzərdə tutur. İnhisarçı rəqabət şəraitində bazarda yüzlərlə və minlərlə firmanın olması tələb olunmur. Bu hal üçün onlarla firmanın mövcudluğu kifayət edir.

Başqa halda, istehlakçıların müəyyən tələbatını ödəmək məqsədi ilə fərqli məhsullar təklif edən çoxlu sayda satıcının və alıcının olduğu bazara inhisarçı rəqabət bazarı deyilir.

d) Oliqopoliya. Oliqopoliya çoxlu alıcının və bir neçə satıcının olduğu bazardır. Burada şirkətlər bazar payına təsir etmək imkanına malikdirlər. Bəzən isə şirkətlər arasında rəqabəti azaltmaq və qiymətləri qaldırmaq üçün gizli sövdələşmələr əldə olunur. Oliqopoliyanın ən sadə forması *duopoliya*dır ki, burada istehsalçı qismində cəmi iki bazar iştirakçısı olur.

Mezoiqtisadiyyat – mezosəviyyədə iqtisadi proseslərin öyrənilməsi, təhlili və qiymətləndirilməsi üsulları səciyyəvidir. O, milli iqtisadiyyatda iqtisadi-istehsal komplekslərinin fəaliyyətinin prosesləri və səmərəliliyini, onlarda mövcud olan iqtisadi qanunları, qanunauyğunluqları, bazar münasibətləri üçün səciyyəvi olan iqtisadi kateqoriyaları öyrənir. Bu, tələb və təklifin, əməyin dəyərinin, məhsuldarlığının, pul tədavülünün və s. qanunlarıdır. Misal

üçün, əməyin içtımai bölgüsü belə bir iqtisadi qanunauyğunluğa aiddir. Bu altsistemdə əmtəə, pul, səhm, kredit, investisiya və onların müxtəlif növləri, mənfəət, torpaq rentası, dövlətin və ərazi təsərrüfat orqanlarının gəlirləri və xərcləri kimi mövcud iqtisadi kateqoriyalardan istifadə öyrənilir. Başqa sözlə, mezoıqtisadiyyat-mikro və makroiqtisadiyyat, ayrı-ayrı sahə və komplekslərin: aqrar-sənaye, yanacaq-energetika, hərbi-sənaye, metallurgiya, kimya-meşə, tikinti, nəqliyyat və s. arasında aralıq sistemlərin fəaliyyətini tədqiq edən iqtisadi nəzəriyyə bölməsidir.

Mikroiqtisadiyyat və mezoıqtisadiyyat ilə bağlı anlayışlar haqqında məlumatlar daha ətraflı şəkildə növbəti fəsillərdə təqdim olunacaq.

5.3. Makroiqtisadiyyat, meqaiqtisadiyyat və transformasiyalar iqtisadiyyatı

Makroiqtisadi nəzəriyyənin yaranması

Makroiqtisadi məsələlər XVIII əsrdə qaldırılsa və tədqiq edilsə də (ticarət balansı, pul təklifi və qiymət səviyyəsi arasında əlaqələrin öyrənilməsinə həsr olunmuş D.Yumun 1752-ci ildə nəşr edilmiş əsərindən başlayaraq), makroiqtisadiyyat elm kimi yalnız XX əsrin 30-40-cı illərində yaranmışdır. Bunun üçün katalizator rolunu 30-cu illərin "Böyük Depressiya", əksər Qərb ölkələrində istehsalın böyük tənəzzülünə, bununla da əvvəllər görünməmiş işsizliyin yaranmasına səbəb olmuş, nəticədə bu ölkələrin əhalisinin böyük hissəsi yoxsulluq həddinə çatmışdır. Birinci Dünya müharibəsindən sonra baş vermiş demokratikləşmə də bu işdə az rol oynamayıb. Demokratik hökumət əhalinin fəlakətli dərəcədə həyat səviyyəsinin düşməsindən narahat idi və depressiyaya qarşı iqtisadi mübarizə üsullarının işlənilib hazırlanmasına ehtiyac duyulurdu [24, səh.18-48].

1936-cı ildə ingilis iqtisadçısı Con Maynard Keynsin "Ümumi məşğulluq, faiz və pul nəzəriyyəsi" əsərinin meydana çıxması müstəqil iqtisadiyyat elmi kimi makroiqtisadiyyatın əsasını qoydu. Keynsin mərkəzi ideyası ondan ibarətdir ki, bazar iqtisadiyyatı

klassiklərin düşündüyü kimi, özünü tənzipləməyə heç də həmişə qadir deyil. Bu halda iqtisadiyyat müstəqil şəkildə qiymət mexanizmi hesabına depressiyadan çıxma bilmir, dövlətin məcmu tələbin stimullaşdırılması şəklində müdaxiləsinə ehtiyac duyulur. "Keynsçilik" yanaşmasının ortaya çıxması sonradan iqtisadiyyatda "Keyns inqilabı" adlandırılmışdır.

Makroiqtisadiyyatın təşəkkülünə səbəb olan daha bir məqamı da qeyd etmək lazımdır. Bu, milli hesablar üzrə müntəzəm statistikanın yaranmasıdır. Məlumatların mövcudluğu makro-iqtisadi hadisələrin dinamikasını və qarşılıqlı əlaqəsini müşahidə və təsvir etməyə imkan vermişdir ki, bu da makroiqtisadi elmin inkişafı üçün ilk zəruri addımdır.

Makroiqtisadiyyatın inkişaf prosesində iki əsas məktəb yaranmışdır.

Klassik məktəb hesab edirdi ki, azad bazarlar özləri iqtisadiyyatı əmək bazarında tarazlığa (tam məşğulluğa) və resursların səmərəli bölüşdürülməsinə gətirib çıxaracaq və müvafiq olaraq, dövlət müdaxiləsinə ehtiyac yoxdur.

"Keyns məktəbi" qiymətlərin müəyyən qeyri-stabilliyi və buna görə də makroiqtisadi tarazlığa nail olmaq baxımından bazar mexanizminin müflis olması ilə əlaqədar əmək bazarında, ən azı, qısamüddətli perspektivdə qeyri-bərabərliyin mövcudluğuna aid idi. Nəticədə, bazar mexanizminin bu cür yarıtmaqlığı sabitləşmə siyasətini qəbul edən dövlətin müdaxiləsinə tələb edir.

"Keyns modeli" iqtisadiyyatı kifayət qədər adekvat şəkildə təsvir etmiş və XX əsrin 70-ci illərinə qədər geniş istifadə olunmuşdur. 70-ci illərdə yeni bir problem yarandı: durğunluğun yüksək inflyasiya ilə birləşməsi. Bir çoxları belə vəziyyətin səbəbini hökumətin iqtisadiyyata fəal müdaxiləsində görürdülər. Nəticədə "Keyns əksinqilabı" baş verdi. Cavab klassik paradıqmanın yenidən nəzərdən keçirilməsi və qurucusu Milton Fridmanın rəhbərlik etdiyi "monetarizm" doktrinasının ortaya çıxması oldu. Onlar "özünü tənzipləyən bazarlar" ideyasına geri döndülər və mərkəzi yerə pul təklifini irəli sürdülər. Pulun sabit təklifi, aktiv Keyns siyasətinin həyata keçirilməsi üçün onun fasiləsiz dəyişmə-

sindən fərqli olaraq, monetaristlərə uyğun sabit makroiqtisadi vəziyyətin rəhnidir. Monetarizm bazarların özünütənzimləməsinə əsaslanan və neoklassik makroiqtisadiyyatı formalaşdıran iqtisadi nəzəriyyələrin yeni dalğasını yaratdı.

Lakin artıq müvafiq mikroiqtisadi davranış modelləri əsasında paralel olaraq alternativ "neokeynsçilik" istiqaməti də inkişaf edirdi.

Makroiqtisadi nəzəriyyənin predmeti

Makroiqtisadiyyat-iqtisadiyyatın davamlı iqtisadi artım şərtlərinin təmin edilməsi, resursların tam məşğulluğu və inflyasiyanın səviyyəsinin minimallaşdırılması baxımından vahid bütövlük kimi davranışını öyrənən iqtisad elminin sahəsidir.

Makroiqtisadi nəzəriyyənin predmeti iqtisadiyyatın hər hansı bir sahəsi ilə bağlı olmayan, onun bütün sahələrinə aid olan və ümumi (makroiqtisadi) izahat alan makroiqtisadi hadisələrin öyrənilməsidir. Makroiqtisadiyyat iqtisadiyyatın davranışını vahid bütöv kimi nəzərdən keçirir: onun yüksəlişi və enişi, inflyasiyanı, işsizlik problemlərini. Qeyd etmək lazımdır ki, makroiqtisadiyyatın bəzi məsələləri ölkə iqtisadiyyatına aiddir, bəzi nəticələr isə çoxlu sayda ölkələrə təsir edə bilər (məsələn, dünya neft və ya maliyyə böhranları). Bu halda biz qlobal makroiqtisadi təhlili həyata keçiririk.

Makroiqtisadiyyat həm uzunmüddətli perspektivdə istehsal və məşğulluq həcminin dəyişməsinə (iqtisadi artım), həm də işgüzar fəaliyyətin dövrlərini təşkil edən qısamüddətli dalğalanmaları nəzərdən keçirir.

Makroiqtisadi səviyyədə öyrənilən əsas problemlər aşağıdakılardır:

- ▲ *milli məhsulun və milli gəlirin həcmnin və strukturunun müəyyən edilməsi;*
- ▲ *bütün iqtisadiyyat miqyasında məşğulluğu tənzimləyən amillərin müəyyən edilməsi;*
- ▲ *inflyasiya təbiətinin təhlili;*
- ▲ *iqtisadi artım mexanizmi və amillərinin öyrənilməsi;*
- ▲ *tsiklik dalğalanmaların və iqtisadiyyatda konyuktur dəyişik-*

liklərinin səbəblərinin nəzərdən keçirilməsi;

- ▲ *milli iqtisadiyyatların xarici iqtisadi əlaqələrinin tədqiqi;*
- ▲ *dövlətin makroiqtisadi siyasətinin həyata keçirilməsi məqsədlərinin, məzmununun və formalarının nəzəri cəhətdən əsaslandırılması.*

Mikro və makroiqtisadi məsələlərin mövcud bölgüsünə baxmayaraq, nəzərə almaq lazımdır ki, bu iki komponent özlüyündə mövcud deyil, bir-biri ilə sıx bağlıdır. Bu iki elm arasında əhəmiyyətli fərq makroiqtisadiyyatın yaranmasının əvvəlində mövcud idi və tədricən daha da azalır. Əslində, bütün müasir makroiqtisadi konsepsiyalar mikroiqtisadi əsaslandırmaya malikdir, yəni onların əsasında müəyyən mikroiqtisadi davranış modelləri dayanır, nəticələri ümumiləşdirilir və sonra makrosəviyyədə tədqiq edilir. Əsas problemlə yer isə bu prosesdə fəal inkişaf edən aqreqasiya nəzəriyyəsi olaraq qalır. Aqreqasiya yalnız nəzəriyyədə deyil, həm də praktikada (empirik analiz üçün əsas təşkil edən statistik məlumatların toplanması və işlənməsi zamanı) lazımdır. Makroiqtisadiyyatda aşağıdakı məcmu cəhətdən iqtisadi dəyişənlər nəzərdən keçirilir: məcmu buraxılış, istehlak, investisiya, ixrac və idxal, qiymət səviyyəsi və s. Aşağıdakı məcmu bazarları nəzərdən keçirmək də məsləhətə müvafiqdir: məhsul bazarı, əmək bazarı və aktivlər bazarı.

İqtisadi proseslərin tədqiqində makroiqtisadi yanaşma bir sıra xüsusiyyətlərə malikdir:

* o, bütövlükdə iqtisadiyyatın inkişaf səviyyəsini və ya tendensiyasını xarakterizə edən məcmu göstəricilərin formalaşdırılması prinsiplərinin (milli gəlir, ümumi məşğulluq və investisiya həcmələri, qiymət səviyyəsi) öyrənilməsinə yönəlmişdir. İqtisadiyyatın əsas subyektləri (istehsalçılar və istehlakçılar) də məcmu göstəricilər kimi nəzərdən keçirilir;

* mikroiqtisadiyyat analizindən fərqli olaraq, firmaların və istehlakçıların qərarları və ayrı-ayrı bazarlarda onların hərəkətləri müstəqil hesab edilirdi, makroiqtisadiyyat isə subyektlər arasında münasibətləri əlaqəli bazarlar sistemi vasitəsilə nəzərdən keçirir;

* iqtisadiyyatın vəziyyətini və inkişafını müəyyən edən

iqtisadi subyektlərin (firmalar, ev təsərrüfatları, dövlət, eləcə də digər ölkələrin subyektləri) sayı genişlənilir.

Əsas makroiqtisadi anlayışlara aşağıdakıları aid edirlər:

1. Ümumi Milli Məhsul (ÜMM); Ümumi Daxili Məhsul (ÜDM)

İqtisadiyyatın vəziyyətini bütövlükdə müəyyən etmək üçün hər bir firmanın iqtisadiyyatının vəziyyətini ümumiləşdirmək (birləşdirmək) lazımdır. Aqrəqasiya cəmiyyətin ümumi istehsalını xarakterizə edən statistik göstəricilər əldə etməyə imkan verir. Bunlara makroiqtisadi göstəricilər deyilir. Makroiqtisadi göstəricilərin məcmusu milli hesablar sistemi adlanır.

Milli istehsalın həcmnin ölçülməsinin əsas göstəricisi Ümumi Milli Məhsuldur (ÜMM).

Ümumi Milli Məhsul (ÜMM) – müəyyən dövr (il) ərzində həmin ölkəyə məxsus istehsal amillərinin istehsal etdiyi malların və xidmətlərin son istehlakı üçün nəzərdə tutulan bütün malların və xidmətlərin bazar dəyəridir [22, səh.93-141].

Ümumi Milli Məhsul (ÜMM) hesablanarkən həmin ölkəyə məxsus istehsal amillərinin istehsal etdiyi mallar və xidmətlər nəzərə alınır [24, səh.74-108].

Ümumi Daxili Məhsul (ÜDM) – ölkənin vətəndaşlarının və ya əcnəbilərə mənsub mülkiyyətində istehsal amillərinin olub-olmamasından asılı olmayaraq, müəyyən müddət ərzində həmin ölkənin ərazisində istehsal edilmiş son məhsulun dəyərini ölçür.

Son məhsul və xidmətlər il ərzində son istehlak üçün əldə edilən və aralıq istehlak məqsədləri üçün istifadə olunmayan məhsullardır.

Ev təsərrüfatı daxilində şəxsi istehlak üçün həyətəyanı sahələrdə istehsal olunan məhsulların qiyməti Ümumi Daxili Məhsula (ÜDM) aid edilmir.

Ümumi Daxili Məhsul (ÜDM) üzrə hesablamalar rəsmi statistika məlumatları əsasında həyata keçirilir, deməli, kölgə iqtisadiyyatının göstəriciləri nəzərə alınmır. Kölgə iqtisadiyyatının böyük payı olan ölkələr üçün xüsusilə aktual olan bu problemi həll etmək üçün kölgə sektorunun payı nəzərə alınmalı Ümumi Daxili

Məhsulun (ÜDM) əlavə qiymətləndirilməsindən istifadə edilməlidir.

2. İşsizlik.

İşsizlik – makroiqtisadi qeyri-sabitliyin təzahürü formasıdır.

Hazırda işsizliyi müasir cəmiyyətin ən kəskin problemlərindən biri adlandırırlar. Qeyd etmək lazımdır ki, işsizliklə iqtisadiyyatın tsiklik dəyişməsi arasında sıx bağlılıq müşahidə olunur.

İqtisadiyyatda işsizliyin həcmi "işsizliyin səviyyəsi" adlanan göstərici ilə hesablanır: işsizlərin sayının işçi qüvvəsinə nisbətinin (məşğul və işsizlərin cəmi) faizlə müəyyən edilməsi.

İşsizlik-iqtisadi cəhətdən fəal əhalinin mal və xidmət istehsalı ilə məşğul olmayan, lakin iş axtaran və işə başlamağa hazır olan hissəsini ifadə edən termindir [22, səh.199-231].

3. Qiymət indeksləri.

Qiymət indeksi – müəyyən bir dövr ərzində malların qiymətlərinin dəyişməsinin orta tempini xarakterizə edən göstəricidir. Bir qayda olaraq, iqtisadi proseslərin təhlili zamanı malların və xidmətlərin müəyyən edilmiş geniş məcmusu, istehsal və ticarət fəaliyyətinin, kreditləşmənin, pulun alıcılıq qabiliyyətinin aşağı düşdüyü dövrdə gəlirlərin əvəzinin ödənilməsi hesablanarkən, qısamüddətli məsrəflərin və nəticələrin qiymətləndirilməsi üçün hesablanır.

Qeyd edək ki, makroiqtisadi göstəricilər haqqında daha ətraflı məlumatlar oxucuların diqqətinə növbəti fəsillərdə təqdim olunacaq.

Meqaiqtisadiyyat – dünya istehsalının problemlərinin araşdırıldığı iqtisadi nəzəriyyə bölməsi. Dünya iqtisadiyyatı-qlobal iqtisadiyyatdır və beynəlxalq əmək bölgüsü vasitəsilə milli təsərrüfatları vahid sistemdə birləşdirir.

Transformasiyalar iqtisadiyyatı

Bir sıra ölkələr üçün üçüncü minilliyin başlanması mərkəzləşdirilmiş təsərrüfatdan müasir bazar iqtisadiyyatı sisteminə keçid vəziyyəti, hərəkəti ilə səciyyələnir. Əgər əvvəlcə belə bir fikir üstünlük təşkil edirdisə ki, bu dövr yalnız bir il çəkəcək, indi aydın olur ki, belə keçid uzanmış, ona görə də özünəməxsus keçid iqtisadi

di sistemi, yaxud keçid iqtisadiyyatı uzun müddət davam etmişdir. İnkişaf etmiş ölkələrin iqtisadi sistemi və dünya iqtisadiyyatı da müəyyən dəyişikliklərə məruz qalmışdır.

Postsosialist ölkələrin iqtisadiyyatının transformasiyası (keçid iqtisadiyyatı)

Keçid iqtisadiyyatının müasir konsepsiyası XX əsrin son rübündə təşəkkül tapmışdır. Əvvəl bələ bir iqtisadiyyat yarana bilməzdi. Təkcə onu xatırlamaq kifayətdir ki, siyasi iqtisad (iqtisadi nəzəriyyə, iqtisadiyyat elmi kimi) ilkin kapitalizm (bazar sənaye sistemi) dövründə yaranmışdır. Monetaristlər, fiziokratlar və klassiklər inkişaf etməkdə olan bazar təsərrüfatının hadisələrini təbii cərəyan kimi təhlil edir, bütün başqa münasibətləri təhlil çərçivəsindən kənarda qoymaqla daha çox (məsələn, D.Rikardo) və ya daha az (A.Smit və s.). Burada keçid iqtisadiyyatı nəzəriyyə-sindən söhbət gedə bilməzdi. Keçid dövrü müəyyən dərəcədə təsadüf kimi başa düşülürdü, və bu dövrdən keçən yol ya irəli (Sen-Simon) ya da geriyyə (Mirabo, Sismondi) ola bilərdi.

Tarixi məktəb daha sonra fərdi, keçid və sosial təsərrüfat dövrünü fərdi təsərrüfatın sosial təsərrüfata özünəməxsus transformasiyası kimi qiymətləndirərək ayırmağa başladı.

Keçid iqtisadiyyatının marksist konsepsiyası formal yanaşmaya əsaslanır, bu kapitalizmin dəyişməsinin sosializm tərəfindən labüdlüyündən irəli gəlir. Keçid dövrünə ehtiyac duyulurdu, bunun mahiyyəti isə köhnə özəl kapitalist və yeni sosialist quruluşu arasında daim mübarizə aparmaqdır. Bu nəzəriyyə dövlətin proletariyatın diktaturası formasında sosialist quruluşunun qələbəsinin formalaşması və təmin edilməsi istiqamətində iqtisadi siyasətini nəzərdə tuturdu. Burada quruluşa (formasiya) təsərrüfat forması kimi baxılırdı.

"Təbii" qayda konsepsiyası XIX əsrin sonlarında təsərrüfatçılığın kapitalist bazar sistemini tənqid etməklə, onu başqa quruluşla əvəz edə biləcək şəkildə yalnız utopist-sosialist ideyalarını mənimsəyən və dəyişdirən marksizm deyil, həm də Qərbin bir sıra görkəmli iqtisadçıları tərəfindən əvəzlənə bilər. Belə fikirlər T.Voblen, V.Zombart, Y.Şumpeter tərəfindən ifadə edilmişdir.

Kapitalist iqtisadiyyatının inkişafında yeni hadisələr D.Qobsonun "İmperializm" əsərində ətraflı şəkildə öz əksini tapmışdır. XX əsr postindustrial cəmiyyətin konsepsiyalarında ifadə almış yeni tendensiyaların daha da inkişaf etdiyini göstərdi.

XX əsrdə dünya sosialist sisteminə daxil olan bir sıra ölkələrdə qalib gələn sosializm, ümumilikdə "qeyri-real" idi ("kazar-malı", "kvazidövlət", "mutant" və s.), bu sistem ölkələrin iqtisadiyyatına mənfi təsir göstərirdi. Təsərrüfatçılıq sistemlərində mühüm dəyişikliklərin edilməsinin zərurəti yaranmışdı. Keçid iqtisadiyyatının məzmununun yeni konsepsiyaları meydana çıxmışdır: ya sosializmin qüsurlarının (deformasiyalarının, mutasiyaların) aradan qaldırılması prosesi, ya da "pis" sosializmdən "yaxşılığa", yaxud, nəhayət, sosializmdən kapitalizmə keçid kimi. Ayrı-ayrı iqtisadçılar bu gün keçmiş "sosialist" ölkələrinin iqtisadiyyatlarında keçid iqtisadiyyatı kimi dəyişiklikləri nəzərdən keçirməyə meyil etmir, bazar iqtisadiyyatının formalaşması mərhələsindən danışmağa üstünlük verirlər.

Keçid iqtisadiyyatı konsepsiyalarının bolluğuna baxmayaraq, bu gün onlarda mövcud olan ümumi və ən başlıcası, keçid iqtisadiyyatının tərifini müəyyən etmək olar.

Keçid iqtisadiyyatı (bəzən "tranzitiv iqtisadiyyat" adlandırılır) elə bir iqtisadiyyatdır ki, burada yaranmış əlaqələrin və elementlərin sadə fəaliyyəti deyil, köhnələrin "ölməsi", yeni əlaqələrin və elementlərin təşəkkülü mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Keçid iqtisadiyyatı cəmiyyətin aralıq vəziyyətini xarakterizə edir ki, əvvəlki sosial-iqtisadi münasibətlər sistemi və institutlar dağılır, islah olunur, yenisi formalaşır. Keçid iqtisadiyyatında baş verən dəyişikliklər, mövcud sistem üçün xarakterik olduğu kimi, əsasən, fəaliyyət deyil, inkişaf dəyişiklikləridir.

Keçmiş sosialist ölkələrində keçid iqtisadiyyatı mərkəzləşdirilmiş və müasir bazar sistemləri elementlərinin (münasibətlərinin, əlaqələrinin, institutların) müəyyən qarışığıdır. Buraya bəzən sərbəst rəqabət və ənənəvi təsərrüfat sisteminin bazar iqtisadiyyatının elementləri də əlavə olunur.

Keçid dövründə sosial-iqtisadi proseslərin konsepsiyasını və

real inkişafını fərqləndirmək lazımdır, lakin konsepsiyanın vacibliyi ondan ibarətdir ki, bu inkişafa əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir.

Keçid proseslərinin xarakteri və növləri

Keçid proseslərinin təhlilinin konkretləşdirilməsi göstərir ki, keçid iqtisadiyyatının bir neçə növü məlumdur. Miqyasına görə keçid proseslərinin lokal və qlobal keçid iqtisadiyyatları mövcuddur.

Lokal keçid iqtisadiyyatı hər hansı bir regionda və ya ayrı bir ölkədə keçid vəziyyətini xarakterizə edir. Onun əsasında məlum amillərin təsiri altında hər bir iqtisadiyyatın inkişaf xüsusiyyəti durur. Lokal keçid iqtisadiyyatında sanki keçid proseslərinin ümumi və xüsusi vəhdəti təcəssüm olunur. Keçid iqtisadiyyatı növləri miqyasına görə təsnif edilərkən lokal keçid iqtisadiyyatı onun ilkin tipi hesab edilir.

Qlobal keçid iqtisadiyyatı ya bütün dünya təsərrüfatı miqyasında, ya da sivilizasiya (Şərqi, Qərbi) çərçivəsində vahid dəyişiklik prosesini xarakterizə edir. Əlbəttə, qlobal keçid proseslərinin inkişafına müəyyənədicə təsir lokal səviyyələrdə baş verən dəyişikliklərə səbəb olur. Qlobal proseslər müstəqil (qlobal) amillərin, o cümlədən mübadilə və istehsalın beynəlmilləşdirilməsinə aparan ictimai əmək bölgüsünün dərinləşməsinin təsiri altında da inkişaf edir.

Qlobal keçid prosesləri bütün bəşər tarixi üçün səciyyəvidir. Belə ki, bəşəriyyət eramızdan əvvəl birinci minillikdə vahid sivilizasiyadan ikili sivilizasiyaya (Şərqi və Qərbi) keçid etmişdir. Hazırda gələcəkdə yenidən vahid dünya sivilizasiyasının yaranması meyilləri fəaliyyət göstərir.

Keçid proseslərinin xarakterinə görə keçid iqtisadiyyatının iki növü vardır: təbii-təkamül və islahatçı-inqilabçı keçid iqtisadiyyatları.

Keçid iqtisadiyyatının *təbii-təkamül* növü tarixi təkamülün təbii gedişini ifadə edir.

Keçid iqtisadiyyatının *islahatçı-inqilabçı* növü isə cəmiyyətin şüurlu şəkildə işlənilib hazırlanmış islahat proqramları əsasında müəyyən istiqamətdə tənzimlənməsindən ibarətdir. Misal olaraq, L.Erhard (1897-1977) proqramının müharibədən sonrakı Almani-

yada tətbiq edilməsi təcrübəsinə tətbiq edilən islahatçı-təkamül tipli keçid iqtisadiyyatından danışmaq olar.

Keçid iqtisadiyyatının iki növünün müəyyən mənada bir-birinə qarışması da mümkündür ki, şüurlu surətdə həyata keçirilən tədbirlər (islahat) təbii təkamülün sürətlənməsinə yol açır. Məsələn, 1861-ci ildə Rusiya islahatı ənənəvi iqtisadiyyatdan kapitalist, bazar iqtisadiyyatına keçidin sürətlənməsinə yönəlmiş bu rolu oynamaq üçün nəzərdə tutulmuşdu. P.A.Stolıpin islahatı bu prosesin davamı idi. Sosial-siyasi inqilablar da prinsipcə təkamülə analoji təsir göstərirdi.

XX əsrin son 20-25 ilində mərkəzləşdirilmiş təsərrüfatçılıq sistemindən bazar iqtisadiyyatına keçidin iki əsas variantı nümayiş etdirilmişdir.

Birincisi, iqtisadi institutların (Çin, Macarıstan) tədricən yaradılmasının təkamül yoludur.

İkincisi, Rusiyada və Şərqi Avropanın əksər ölkələrində (klassik formada – Polşada) bu və ya digər dərəcədə intensivlik dərəcəsi ilə tətbiq olunan "şok terapiyasıdır".

Qeyd olunan variantlar arasındakı fərqlər sistem dəyişiklikləri və sabitləşdirici tədbirlərin həyata keçirildiyi müddətlərdən, xalq təsərrüfatının bazar mexanizmləri ilə əhatə olunma dərəcəsindən, dövlətin tənzimləyici funksiyalarının həcmindən və s. amillərdən ibarətdir.

Bazar iqtisadiyyatına keçid üçün təkamül və ya şok yolunun seçilməsi siyasi rəhbərliyin iradəsindən daha çox siyasi, iqtisadi, sosial, tarixi və digər kompleks amillərdən asılıdır.

Şok variantının seçilməsi, adətən, məcburi tədbirdir. Bu, əksər hallarda mərkəzləşdirilmiş sistemdən miras qalmış son dərəcə ağır maliyyə vəziyyətinin, eləcə də yığılmış struktur qeyri-mütənasibliyindən irəli gələn kəskin əmtəə qıtlığının aradan qaldırılması zərurəti ilə bağlıdır.

Keçid iqtisadiyyatının qanunauyğunluqları və əsas xüsusiyyətləri

Keçid iqtisadiyyatı öz təbiətinə görə iqtisadiyyatın təkamülündə xüsusi vəziyyətdirki, o, məhz cəmiyyətin bir tarixi pillədən digəri-

nə keçid dövründə, dönüş dövründə, iqtisadi, siyasi və sosial dəyişikliklər dövründə fəaliyyət göstərir. Keçid iqtisadiyyatın bu və ya digər pillədəki "adi" iqtisadiyyatdan fərqləndirən xüsusi xarakteri və onun fəaliyyətinin spesifik qanunauyğunluqları da buradan qaynaqlanır.

Keçid iqtisadiyyatı fəaliyyətinin iki mühüm spesifik qanunauyğunluğunu (xüsusiyyətlərini) ayırmaq olar:

- təkrar istehsal prosesinin ətalətliyi;
- bütün yeni formaların, elementlərin, institutların intensiv inkişafı.

Keçid iqtisadiyyatı fəaliyyətinin birinci qanunauyğunluğu (xüsusiyyəti) mövcud iqtisadi formaların digər arzuolunan formalarla tez əvəz edilməsinin mümkünlüyünü istisna edən təkrar istehsal prosesinin varisliyi (ətalətliyi) ilə bağlıdır. Bu cür hərəkətlər qaçılmaz olaraq istehsal prosesinə xaos yaradırdı. Köhnə iqtisadi formaların və münasibətlərin kifayət qədər uzun müddət saxlanması kimi, məhz, təkrar istehsalın ətalətliyi də keçid iqtisadiyyatı fəaliyyətinin bu xüsusiyyətini nəzərdə tutur.

Keçid iqtisadiyyatı fəaliyyətinin digər qanunauyğunluğu (xüsusiyyəti) bütün yeni forma və münasibətlərin intensiv inkişaf etdirilməsidir. Təkamül prosesinin dönməzliyinin, eləcə də onun əsas tendensiyalarının başa düşülməsi onu hansısa islahat proqramının həyata keçirilməsi yolu ilə sürətləndirməyə imkan verir. İnkişaf istiqamətlərinin və yollarının düzgün seçilməsi və onun əməli surətdə həyata keçirilməsində subyektiv faktorun rolu kəskin şəkildə artır. Əgər islahatlar özbaşına deyil, təkamül qanunauyğunluqlarının dərk edilməsi, müvafiq istiqamətlərdə fəaliyyət sisteminin qurulması əsasında həyata keçirilirsə, keçid proseslərinin sürətlənməsinin uğuru təmin edilir.

Keçid iqtisadiyyatının əsas xüsusiyyətləri:

- *dəyişkənlik, qeyri-stabillik*: bu xüsusiyyətlər sistemin stabilliyini nəinki müvəqqəti pozar, hətta bu sistemi kökündən zəiflədər. O, tədricən başqa iqtisadi sistemə yol verir. Bu qeyri-stabillik, qeyri-davamlılıq keçid iqtisadiyyatının inkişafının xüsusi dinamikimini və dəyişikliklərin müvafiq xarakterini-dönməzliyini, təkrarsızlığını, digər tərəfdən isə keçid iqtisadiyyatının inkişafının qeyri-

müəyyənliyini, yeni sistemin formalaşdırılması variantlarının artmasını şərtləndirir;

- *xüsusi keçid iqtisadi formalarının yaranması və fəaliyyəti, yəni köhnə və yeninin qarışması*. Keçid formaları bir tərəfdən keçid iqtisadiyyatının mövcudluğundan xəbər verir, digər tərəfdən isə bu keçidin istiqamətini göstərir və bəzi müəlliflərin fikrincə, onun dönməzliyinin əlamətidir;

- *keçid iqtisadiyyatı inkişafının alternativ xarakteri*, real olaraq iqtisadiyyatın çoxvariantlı inkişafının və onun daha əlverişli variantının seçilməsinin mümkünlüyü deməkdir;

- *keçid iqtisadiyyatında ziddiyyətlərin xüsusi xarakteri*. Bu, fəaliyyətin deyil, inkişafın, yəni yeni və köhnənin, iqtisadi münasibətlərin bu və ya digər subyektlərinin arxasında duran cəmiyyətin müxtəlif təbəqələrinin ziddiyyətləridir. Keçid dövrünün yönəldiyi dəyişikliklər iqtisadi aspektdə həmişə inqilabi xarakter daşıyır: söhbət iqtisadi sistemlərin dəyişməsindən gedir. Sosial-iqtisadi baxımdan keçid dövrləri çox vaxt ziddiyyətlərin o qədər sərt şəkildə kəskinləşməsi ilə müşayiət olunur ki, bu da inqilablarla, sosial-siyasi sarsıntılarla bağlıdır;

- *iki halla bağlı olan keçid iqtisadiyyatının tarixiliyi*. İlk növbədə, keçid iqtisadiyyatının şərtləri tarixi xarakter daşıyır. Bundan başqa, keçid iqtisadiyyatının tarixi regionun xüsusiyyətlərindən, eləcə də ayrıca ölkədən asılıdır. Bu o deməkdir ki, hətta keçid iqtisadiyyatı üçün ümumi məlum olan qanunauyğunluqlar da müxtəlif şəraitdə müxtəlif cür təzahür edir.

Bütün bunlar keçid dövründə iqtisadi sistemin islahat proqramlarının hazırlanmasında nəzərə alınmalıdır.

İnkişaf etmiş ölkələrin iqtisadi sisteminin transformasiyası

"İnstitusionalizm" çərçivəsində inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadi sistemlərinin postindustrial, informasiya, postmodern, virtual iqtisadiyyat sistemlərinə transformasiyası konsepsiyaları yaradılmışdır.

"Postindustrializm" sivilisasiyanın inkişafının növbəti mərhələsidir, bu elə bir iqtisadi sistemdir ki, burada texnoloji komponentin əhəmiyyətinin artması nəticəsində sənaye sektoru öz domi-

nant rolunu itirir, əsas istehsal funksiyası isə elmə, biliyə, xidmət sahəsinə ayrılır (sonuncuda işləyən əhalinin 50%-i işləməlidir).

"Postindustrial cəmiyyət" termininin meydana çıxması Amerika sosioloqu D.Rismenə məxsusdur, o, 1958-ci ildə eyni adlı məqalə yazmış və ya 1959-cu ildə Zalsburqdakı beynəlxalq seminarda çıxışı zamanı bu anlayışdan istifadə etmiş digər amerikalı sosioloq D. Bellə məxsusdur. Fəlsəfi lüğətdə postindustrial cəmiyyətin nəzəriyyəsi Qərb sosial-fəlsəfi futurologiya (yəni, bəşəriyyətin gələcəyi, gələcəyin tədqiqatı haqqında elm) konsepsiyalarından biri kimi qəbul edilir. Bu müddəalara görə, hər bir cəmiyyətin inkişafı sənayenin (industriyanın) inkişaf səviyyəsi ilə müəyyən edilir və Ümumi Milli Məhsulun ümumiləşdirilmiş göstəricisi ilə ifadə olunur.

XX əsrin 40-cı illərinin sonlarında amerikalı iqtisadçı K.Klarkın "1960-cı illərdə iqtisadiyyat" və fransız ictimaişünası J.Furastyenin "XX əsrin böyük ümidi" əsərlərində postindustrial cəmiyyət nəzəriyyəsinin mühüm metodoloji prinsipləri, xidmət və informasiya sektorunun payının həm ümumi işçi qüvvəsində, həm də ÜDM-in strukturunda gələcək artımı haqqında əsasnamə formalaşdırılmışdır.

Postindustrializmin əsasını yeni maddi-texniki baza, yəni elektronika, ən yeni texnologiyalar, kompüterləşmə təşkil edir ki, bu da işçi yeni tələblər yaradır.

Bu cəmiyyətdə əsas fiqur insandır. Ona görə də belə bir cəmiyyəti sosial yönümlü bazar iqtisadiyyatı adlandırmaq olar.

Q.X.Popovun fikrincə, bu sistemdə üç bərabər blok yaranır: dövlət və bələdiyyə bloku (inkişaf etmiş ölkələrdə o iqtisadiyyatın 1/3 tutur); kollektiv (səhmdar və kooperativ) mülkiyyətin müxtəlif formaları (iqtisadiyyatın 1/3 təşkil edir); iqtisadiyyatın son üçdə bir hissəsi (özəl əllərdədir).

Bu cür mülkiyyət bölgüsü rəqabət yaradır və bazar durğunluqdan qorunmaq üçün ən vacib alətə çevrilir.

Postindustrial cəmiyyəti səciyyələndirən əsas cəhətlər aşağıdakılar hesab edilir: xidmətlər, gələcəyə istiqamətlənmə, şəxsiyyətlərarası ünsiyyət, elmi tədqiqatların böyük rolu, nəzəri biliklə-

rin, təhsilin, informasiyanın əsas əhəmiyyəti.

Cəmiyyətdə sürətlə dəyişən peşəkar qurumla, daim yenilənən məhsul istehsalı texnologiyası ilə, eləcə də müasir cəmiyyətdə insanın adaptasiyası ərəfəsində innovasiya prosesinin və elmi-texniki tərəqqinin inkişafı ilə əlaqədar "böyüklərin təhsili", əlavə və ya ikinci ali və orta təhsil, "işçinin ixtisasının dəyişdirilməsi" vəzifələri ön plana çıxmışdır. Postindustrial cəmiyyət innovasiya spiralının təsiri altında informasiya cəmiyyətinə çevrilir. Onun məzmununun mənası: istehsala görə - bilavasitə məhsuldar qüvvə və xidmət sahəsi kimi elm istiqamətində struktur dəyişikliyi; məhsullara görə - elmi biliklərin, informasiyanın, mənəvi nemətlərin ön plana çıxması; əməyə görə - yaradıcılıq fəaliyyəti kimi ümumi elmi əməyin təşəkkülü; tələbata görə - sosial-mənəvi ehtiyacların (təhsildə, mədəniyyətdə, yaradıcılıqda, sağlam ətraf mühitdə və s.) həlledici əhəmiyyəti; stimullara görə - şəxsiyyətin yaradıcı özünü təsdiq stimullarının üstünlüyü; mülkiyyətə görə-elmi əmək məhsulunun özgəninkiləşdirilməsinin spesifik üsulu və "əşya" mülkiyyət formalarının rolunun azalması və s.olan əqli mülkiyyətin mühüm rolu.

Qeyd olunan sistem istər-istəməz ona "immanent" olan ziddiyyətləri, o cümlədən informativ-texnokratik və sosial-mənəvi, elit-intellektual və kütləvi-qruplararası və s. arasındakı ziddiyyətləri də ehtiva edəcəkdir.

Postindustrial ölkələrdə iqtisadi inkişaf ictimai istehsal strukturunun əhəmiyyətli dərəcədə dəyişməsi ilə müşayiət olunur. Məşğul olanların əksəriyyəti qeyri-maddi sektorda, az-çox hissəsi isə sənaye və kənd təsərrüfatında işləyir.

Postindustrial cəmiyyət iqtisadiyyatın üçüncü sektorunun – xidmət sektorunun sənaye və kənd təsərrüfatı üzərində dominant təsirinə əsaslanır.

Qeyri-maddi istehsal iqtisadi inkişaf paradigmasına çevrilir ki, bu da ölkələrin və regionların zənginliyinin dərəcəsini yenidən qiymətləndirməyə məcbur edir. Ənənəvi olaraq, ölkənin zənginliyi meşə sahələrinə, faydalı qazıntılara, torpaqlara, iqlim şəraitinə, əsas kapitalla, coğrafi mövqeyə malik olmaq baxımından qiymət-

ləndirilirdi. Qeyri-maddi istehsal haqqında yeni təsəvvürlər qiymətin böyük hissəsinin yaradıldığı sahə kimi ölkələrin və regionların zənginliyinin qiymətləndirilməsi meyarlarını dəyişdirir. Birinci yerə texnikanın və texnologiyanın keyfiyyətə yeni səviyyəsi, insanların ixtisaslaşması, ən yeni idarəetmə texnologiyaları, bazar infrastrukturunu, biznes şəbəkəsi və onun inkişaf səviyyəsi, təşkilatların mədəniyyəti kimi amillər irəli sürülür.

İqtisadi inkişafın mənbələri və amilləri haqqında yeni təsəvvürlər təhsili, elmi, tibbi, telekommunikasiyanı, menecmenti bütövlükdə ölkənin iqtisadi inkişafının tempinə və istiqamətinə həlledici təsir göstərən ictimai həyat sahələri kimi müxtəlif cür qəbul etməyə və qiymətləndirməyə imkan verir. Bu gün ictimai istehsalda qeyri-maddi komponentin nə dərəcədə inkişaf etməsi, postindustrial tendensiyaların nə qədər güclü olması ilə ölkənin inkişafını qiymətləndirmək olar.

Sənaye cəmiyyətindən postindustrial cəmiyyətə keçid miqyaslı və davamlı bir fenomendir. O, iqtisadi inkişafın müstəqil və mühüm elementi kimi intellektual amilin (informasiyanın, biliklərin, yaradıcılığın) formalaşdırılmasını nəzərdə tutur. Buna görə də postindustrializm bəzən informasiya iqtisadiyyatı, bilik iqtisadiyyatı, "yeni iqtisadiyyat" adlandırılır ki, burada iqtisadi məcburiyyət sosial yaradıcılıq stimulları vasitəsilə "özünə nəzarət", "iqtisadi insan" isə "sosial insan" ilə əvəz olunur. Postindustrial cəmiyyətin sosial strukturu da dəyişir. Əgər son yüzilliyin əsas fiquru sahibkar, biznesmen, sənaye müəssisəsinin rəhbəri idisə, "yeni iqtisadiyyat"ın "yeni insanları" sırasına alimlər, riyaziyyatçılar, iqtisadçılar və intellektual texnologiyaların inkişaf etdiriciləri daxildir. Məhdud inkişaf amillərinə torpaq, işçi qüvvəsi və ya kapital deyil, iqtisadi və siyasi hakimiyyətin istehsalçıların əlində cəmləndiyi informasiya aiddir. Postindustrial ("post-iqtisadi") cəmiyyətin keyfiyyətə başqa texnoloji bazası və iqtisadiyyatın digər strukturu var və təsadüfi deyil ki, "informasiya cəmiyyəti" (XX əsrin 60-cı illərində F.Mahluq ABŞ-da və T.Umesao tərəfindən Yaponiyada elmə daxil edilmiş termin), "informatika və yüksək texnologiyalar cəmiyyəti", "xidmət cəmiyyəti", "yeni ikti-

sadiyyat" və s. adını almışdır.

"İnformasiya cəmiyyəti", yaxud "bilik cəmiyyəti" infor-masiya məhsulunun istehsalının maddi dəyərlərin istehsalına rəhbərlik etdiyi cəmiyyətdir.

İqtisadiyyatın bütün sahələrində əsas mövqeləri bilik tutur. Bilik cəmiyyətin elə bir aydın və həlledici amilidir ki, o strateji resurslara çevrilir.

İnformasiya cəmiyyətinin strateji resursları onun əqli kapitalı, insanın intellektual qabiliyyətləri, nəzəri biliklərin cəmləşməsi, informasiyanın işlənməsi, ixtisaslaşma və yenidənixtisaslaşma, peşəkarlıq da daxil olmaqla, inkişaf vasitələrini və ya mənbələrini təmsil edir. İnformasiya cəmiyyəti bilik cəmiyyətidir. Lakin bir çox alimlər informasiyanın biliklə eyniləşdirilməsinə qarşı çıxırlar. Məsələn, İ.N.Luto hesab edir ki, informasiya cəmiyyəti haqqında deyil, "informatika və rabitə cəmiyyəti" haqqında danışmaq lazımdır. Pertti Hemanus hesab edir ki, "bilik" anlayışı "informasiya" anlayışından ayrılmalıdır. Amerika sosioloqu R.Krouford və Rusiya iqtisadçısı V.İnozemtsev "bilik iqtisadiyyatı" terminindən istifadə edərək qeyd edirlər ki, "cəmiyyətin ən mühüm istehsal resursu nisbətən obyektiv mahiyyət, yaxud bu və ya digər istehsal və texnoloji proseslər haqqında məlumatlar toplusundan, asılıdır".

İnformasiya iqtisadi sistemində informasiya məhsulunun istehsalı maddi nemətlərin istehsalında; kənd təsərrüfatı, sənaye və xidmət sektorundan sonrakı iqtisadiyyatın dördüncü sektoru üstünlük təşkil edir. Kapital və əmək-sənaye cəmiyyətinin əsası informasiya cəmiyyətindən geri qalır.

"Müasir Qərb fəlsəfəsi" lüğətində (1991) elmi-texniki və digər informasiyalardan istifadəni istehsalın inkişafının əsas amili hesab edən informasiya cəmiyyətinin sosioloji futuroloji konsepsiyasını ehtiva edir.

İnformasiya cəmiyyəti konsepsiyası postmodern cəmiyyətin sinonimi ola biləcək postindustrial cəmiyyət nəzəriyyəsinin bir növüdür.

Rusiyanın keçid iqtisadiyyatının xüsusiyyətlərini qısaca olaraq aşağıdakı kimi xarakterizə etmək olar.

Bu, müasir bazar iqtisadiyyatına keçid kimi ənənəvi iqtisadiyyatdan yox, xüsusi iqtisadiyyatdan çıxış edən, nisbətən az sayda planlı iqtisadiyyat ölkələrində mövcud olan keçidin misli görünməmiş tarixi cəhətdir. "Planlı iqtisadiyyatın sosiallaşması" - Rusiya cəmiyyətində müasir keçid proseslərinin başlanğıc vəziyyətinin xarakteristikasını müəyyən edir. Onilliklər ərzində formalaşmış sosialist sisteminin dəyər və istiqamətləri yalnız iqtisadi amillərin deyil, həm də keçid vəziyyətlərində xüsusi əhəmiyyət kəsb edən qeyri-iqtisadi amillərin təsiri altında özünü göstərməkdədir.

Rusiya 1917-ci ildən sonra, yenə də ilk dəfə olaraq bu günə qədər məlum olmayan problemləri həll etməlidir. Rusiya problemlərinin unikallığı ondadır ki, onların həllində keçid prosesləri üçün işlənib hazırlanmış hər hansı konkret modellərə etibar etmək olmaz.

Rusiya cəmiyyəti bu gün islahatçı inkişaf yolunda bazar münasibətlərinin bütün atributları, mülkiyyət formalarının müxtəlifliyi, sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı və s. ilə səmərəli istifadəsinə doğru "*qaytarılmış*" hərəkəti həyata keçirməlidir.

Rusiyada keçid prosesi xüsusi tarixi şərtlər içində XX əsrin sonlarından həyata keçirilir.

Dünyada baş verən qlobal keçid prosesləri Rusiya iqtisadiyyatına, keçid proseslərinin məzmununa və onların son istiqamətlərinə təsir göstərməyə bilməz. Bu mənada keçid iqtisadiyyatı unikal lokal və müəyyən ümumbəşəri meyillərin bir-birinə qarışmasıdır.

Rusiya ərazi-coğrafi və sosial-iqtisadi aspektlərdə xüsusi yer tutur: Şərq və Qərb sivilizasiyalarını birləşdirən, onların mədəniyyətlərinin məşhur birliyini təcəssüm etdirən körpü kimi xidmət edir.

İqtisadi cəhətdən Rusiya cəmiyyəti böyük dərəcədə məhz Şərq mədəniyyətinin əlamətlərini daşıyır: dövlət başlanğıcının, xüsusi mülkiyyətin, ilk növbədə, torpağa inkişaf etməməsinin, Qərb üçün xarakterik olan vətəndaş cəmiyyətinin olmamasının, Şərq üçün səciyyəvi olan "hakimiyyət – insan" asılılığını təcəssüm etdirən əlaqələrin hakim rolu, insanın qeyri-mahiyyət rolu.

Keçmişdəki çatışmazlıqları aradan qaldıran və təsərrüfatçılığın səmərəliliyinin artmasını təmin edən yeni tipli iqtisadi sistemin yaradılması kifayət qədər mürəkkəb prosesdir. Hazırda Rusiya iqtisadiyyatının yenidən qurulması planlı təsərrüfat illərində yığılmış dərin struktur dəyişiklikləri aradan qaldırmalı və cəmiyyətin real tələblərinə adekvat olmalıdır. Müasir texnologiyalara əsaslanan və Rusiya iqtisadiyyatının dünya təsərrüfatı sisteminə inteqrasiyası və bazar şəraitində səmərəli fəaliyyət göstərən keyfiyyətli yenilənmiş məhsuldar qüvvələr sisteminin yaradılmasını təmin etməlidir. "Keçid iqtisadiyyatı"na malik olan digər "postsosialist" ölkələr kimi, Rusiyanın rəqabət qabiliyyətini təmin etmək məqsədilə komanda iqtisadiyyatından bazar təsərrüfatçılıq sistemə keçid prosesi ilə bağlı çətinliklərlə yanaşı, ümumdünya miqyaslı dəyişiklikləri də nəzərə almaq lazımdır. Məhz buna görə də bu ölkələrdə iqtisadiyyatın transformasiyası prosesi totalitar iqtisadiyyatdan azad bazar təsərrüfatı sistemə keçiddən daha mürəkkəb formada baş verir. Bu dəyişikliklər informasiya iqtisadiyyatının formalaşması prosesləri (kompüterləşmə, informasiyalaşdırma, insan kapitalının rolunun artması), qloballaşma prosesləri və s. ilə sıx bağlıdır.

Postmodernist cəmiyyət

"Postmodernist cəmiyyət" informasiya cəmiyyətinin sonrakı inkişafını təmsil edir. Buna görə də postmodern cəmiyyəti informasiya cəmiyyətinə bənzəyir, lakin əsasını informasiya sistemlərinin sınaqdan keçirilməsi, gerçəkliyin interpretasiyası və şəxsi dəyişikliyinə nəzarət təşkil edir.

"Postmodernist cəmiyyət" termininin meydana çıxması "postmodernizm" termininin yaranması ilə bağlıdır.

"Postmodernizm" sözü "moderndən sonra", yəni "müasirlikdən sonra" deməkdir. Postmodernizm anlayışının statusu XX əsrin 80-ci illərinin ortalarında (təxminən 1985-ci ildə) fransız filosofu Jan-Fran-sua Liotarin əsərləri sayəsində əldə edilir.

Postmodern cəmiyyətində ən mühüm cəhətlər aşağıdakılardır: böyük siyasi fəallıq, siyasi fəaliyyətə nəhəng investisiyalar, bilik, təhsil və elmi tədqiqatların prioriteti. Sosioloqlar "postmo-

dernist cəmiyyət" anlayışından postindustrial cəmiyyətin sinonimi kimi istifadə edirlər.

Postmodernist cəmiyyətin fəaliyyətinin vacib şərtlərindən biri də informasiya istehsalında plüralizmdir. Bu vəziyyətdə plüralizm çoxlu fikir və baxışlar deməkdir. Bu gün müxtəlif təsərrüfat subyektlərinin (korporasiyaların, şirkətlərin, bankların, sığorta şirkətlərinin və s.) kompüterlərinin faylları strateji əhəmiyyətli məlumatları ehtiva edir. Dövlət onlara bu və ya digər şəkildə nəzarət etməlidir.

XX sonları və XXI əsrdə informasiyaya sahiblik uğrunda mübarizə xeyli kəskinləşib. İnformasiya müharibələrinin baş verməsinin səbəbləri və onların kənar – daxili məqsədləri, ilk növbədə, jurnalistlərin və kütləvi informasiya vasitələrinin məsuliyyətidir ki, onların da bu gün, demək olar, hamısı "satılmış" dır, çünki KİV bir şəxs – KİV-ə sahib olan və onların fəaliyyətini maliyyələşdirən şəxs iradəsinə tabedir. Məlum olduğu kimi, müəyyən sifariş üçün alınan pul bu sifarişi işləməklə yerinə yetirilməlidir.

Postmodern cəmiyyətin inkişafı virtual iqtisadiyyat və interaktiv biznes ilə sıx bağlıdır.

Virtual iqtisadiyyat

Virtual iqtisadiyyat insanın həyat və fəaliyyətinin əsas qanununa (vaxta qənaət qanunu) və interaktiv biznesə əsaslanan iqtisadiyyatdır.

İnsanın həyatında istifadə etdiyi vaxt iki hissədən ibarətdir: faydalı və lazımsız vaxt. İnsan faydalı vaxtını iş, istirahət, fizioloji ehtiyacların ödənilməsinə sərf edir. Vaxtın gərəksiz xərclərinə nəyisə gözləmək üçün vaxt, növbələrdə, yollarda sərf edilmiş vaxt, işə və geriyyə, səfərlərdə və s. vaxt xərcləri aiddir.

Vaxta qənaət qanununun mahiyyəti lazımsız vaxt xərclərini aradan qaldırmaq və minimuma endirməkdir. Bu gün inkişaf etmiş xarici ölkələrdə bu qanunun həyata keçirilməsi halları çoxdur. Məsələn, evdə əməyin inkişafı (evdə əmək) və ümumi əmək xərclərində payının artırılması. Belə ki, rabitə vasitələrindən istifadə etməklə, evdən çıxmadan istehsalatda texnoloji xətləri, müəssisə-

nin maliyyə-kommersiya fəaliyyətini idarə etmək, mühasibat uçotunu aparmaq, insan xəstəliyinin diaqnozunu aparmaq və ona ilk tibbi yardım göstərmək, distant yolla təhsil almaq (perspektivdə müəllimsiz distant təhsil almaq daha çox olacaq), kitabxanada kitab oxumaq, mal almaq (məhsulların miqdarına nəzarət edən və özləri avtomatik olaraq məhsulların çatdırılması üçün sifarişlər verən soyuducular var), bank, birja və digər maliyyə əməliyyatlarını həyata keçirmək və s.

Evdən çıxmadan görülən işlər məşğuliyyət yerindən uzaqlıqla bağlı problemləri aradan qaldırır və vaxta, o cümlədən işə və geriyyə gediş-gəlişə böyük qənaəti təmin edir. Nəzərə alsaq ki, orta hesabla insan ömrünün uzunluğu təxminən 40 mln.dəq., o cümlədən həyatının aktiv dövrünün müddəti 24 mln. dəq, evdən işə və geriyyə səyahət üçün sərf olunan vaxt isə 4 mln. dəq. təşkil edir, əsas dəyərin itirilməsi isə onun həyatının fəal dövrünün 17%-ni təşkil edir.

Virtual iqtisadiyyat dəyişdirilmiş bazar iqtisadiyyatı formasıdır. Bu gün virtual iqtisadiyyat bazar iqtisadiyyatının ənənəvi formasından fərqli bazis parametrlərinə malik olan bazar iqtisadiyyatının yalnız tərkib hissəsidir.

Bazar iqtisadiyyatı haqqında danışarkən qəti şəkildə dərk etmək lazımdır ki, bu imic iqtisadiyyatıdır. Eləcə də internet və mobil rabitə şəbəkələrinin istifadəsi şəraitində bu virtual iqtisadiyyatda çox sərt rəqabətlə bağlıdır.

Qloballaşma – məzmunu, müsbət və mənfi tərəfləri

"Qloballaşma" termini getdikcə daha çox elmi, siyasi və informasiya dövriyyəsinə daxil olur.

Qloballaşma terminindən tez-tez ölkələrin iqtisadi açıqlığının artmasının (bu, onların iqtisadi təhlükəsizliyinə bilavasitə təsir göstərir), ticarətin liberallaşdırılmasının, kapitalın beynəlxalq yerdəyişməsinin və ya bu termini təsərrüfat həyatının beynəlmilləşdirilməsinin və beynəlxalq inteqrasiyanın sinonimi kimi istifadə edirlər. Qloballaşma sadəcə beynəlmilləşmənin yeni mərhələsi və ya iqtisadi həyatın inteqrasiyasının yeni səviyyəsi deyil. Dünya iqtisadiyyatının keyfiyyətcə yeni olan bu vəziyyəti, müəyyən bir

müvəqqəti sərhəddə-XX əsrin sonunda yaranmış və XXI əsrdə davam etməkdədir.

Qlobal (planetar) iqtisadiyyatın formalaşmasının obyektiv zəruriliyini şərtləndirən qloballaşmanın səbəbləri aşağıdakılardır:

- İstehsalat prosesinin beynəlxalq bölgüsünə, beynəlxalq istehsal kooperasiyasına çevrilən ictimai əmək bölgüsünün keyfiyyətə yeni pilləsi;

- Emal sənayesinin və bunun əsasında hazır məhsulların dünya istehsalının həcmnin iqtisadiyyatın digər sahələri ilə müqayisədə artımı;

- Beynəlxalq nəqliyyat infrastrukturunun əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırılması. Daşınan yüklərin həcmi son 50-60 il ərzində 10 dəfə artmışdır. Ölkələr arasında "iqtisadi" məsafə azalmışdır və azalmaqda davam edir;

- Elektronika, kibernetika, kosmik peyklərin sürətli inkişafı əsasında informasiya inqilabı. Bir sıra alimlərin fikrincə, artıq XXI əsrin birinci yarısında qlobal informasiya cəmiyyəti yaranacaqdır;

- Transmilli şirkətlərin (TMS) inkişafında sıçrayış;

- Ssuda kapitallarının beynəlxalq bazarının inkişafında keyfiyyət dəyişikliyi;

- ETT-nin və əksər ölkələrin açıqlığının birləşməsi dünya iqtisadiyyatına misli görünməmiş templərlə inkişaf etməyə imkan verdi.

Qloballaşma çatışmazlıqlardan da məhrum deyil. Belə çatışmazlıqlara aşağıdakıları aid etmək olar:

- Real kapitalın artması ilə əlaqəli olmayan maliyyə kapitalının gücünün sonsuz artması;

- İnkişaf etmiş ölkələrə daha az əlverişli investisiya mühiti olan ölkələrdən kapitalın köçürülməsi (bu onların ağır vəziyyətini daha da ağırlaşdırır);

- İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə yoxsulluğun artırılması, həyat səviyyəsində fərqləndirmə;

- Cəmiyyət və təbiət arasındakı münaqişə qlobal ekoloji fəlakətə təhdid edir;

- Qlobal iqtisadi və digər cinayətkarlığın gücləndirilməsi, beynəlxalq terrorizm.

Beləliklə, qloballaşma planetar miqyasda cərəyan edən yeni müxtəlif proseslər kompleksidir.

*Onun mahiyyətinin yeni bir proses kimi üzə çıxarılmasında əsas məqamlardan biri də qloballaşmaya aşağıdakı yanaşmalar-
dır:*

- ✦ **insanların iradəsindən və şüurundan asılı olmayan qanunauyğun, obyektiv hadisəyə;**
- ✦ **müasir dünyanın ictimai-iqtisadi inkişaf formasına;**
- ✦ **xarakter və məzmunu ayrı-ayrı insanların, sosial qrupların, siniflərin, millətlərin və sivilizasiyaların müxtəlif məqsəd və maraqları ilə müəyyən edilən fenomenə doğru.**

Bunlar arasında mübarizənin nəticələrini qloballaşmanın istiqamətləri və sosial nəticələri müəyyən edir. "Antiqlobalistlər" hərəkəti qloballaşmaya humanist istiqamət, bəşəriyyətin tərəqqisi naminə yaradıcı xarakter verməyə yönəlmişdir.

Qlobal iqtisadiyyatın formalaşdığı bir şəraitdə daha çox inkişaf etmiş ayrı-ayrı ölkələr daimi dünya liderliyinə iddia edə bilirlər.

VI FƏSİL

MİKROİQTİSADİYYATIN ƏSASLARI. FİRMA VƏ ONUN FƏALİYYƏTİ

6.1. Mikroiqtisadiyyat: məzmunu, strukturu, təşkilinin formaları. Cəmiyyətin həyatında mikroiqtisadiyyatın rolu

İqtisadiyyatın uğurla həyata keçirilməsi üçün təsərrüfat fəaliyyətinin qurulması, onun dayanıqlı şəkildə inkişafı iqtisad elminin vacib məsələlərindən biridir.

Təsərrüfat fəaliyyətinin əsas formalarını qeyd edək:

- *mikroiqtisadiyyat*;
- *makroiqtisadiyyat*;
- *dünya təsərrüfatı*.

Təsərrüfatçılığın bütün bu formalarına iqtisadi münasibətlərin konkret xüsusiyyətləri xasdır:

- a) *mülkiyyət*;
- b) *kooperasiya və əmək bölgüsü*;
- c) *təsərrüfatın təşkili formaları*;
- d) *iqtisadiyyatın idarə edilməsi*.

Bununla əlaqədar olaraq, mikroiqtisadiyyat, makroiqtisadiyyat və dünya təsərrüfatının fərqli cəhətlərini, həmçinin iqtisadi münasibətlərin xarakterik xüsusiyyətlərini anlamaq vacibdir. Təsərrüfat fəaliyyətinin bu formaları, ilk növbədə, öz miqyasına görə fərqlənir.

Mikroiqtisadiyyat – kiçik formalarda təsərrüfatdır (ev təsərrüfatları və kiçik müəssisələr daxilində).

Makroiqtisadiyyat – ölkə sərhədlərində quruculuq fəaliyyətidir.

Dünya təsərrüfatı – qlobal miqyasda iqtisadi qarşılıqlı əlaqələri əhatə edir.

Mikroiqtisadiyyatın tərkibinə iki fəaliyyət növü – ev təsərrüfatı və nisbətən kiçik müəssisələr daxildir.

Ev təsərrüfatı - Dünya statistikasına (cəmiyyətin inkişafının

kəmiyyət göstəricilərini öyrənən elm) hesab edir ki, ev təsərrüfatı bir yaşayış sahəsində və ya onun bir hissəsində yaşayan şəxslərin məcmusudur. Onlar həm qohumluq münasibətləri ilə əlaqəli, həm də əlaqəli olmaya bilər, birlikdə qida və həyat üçün lazım olan hər şeyi təmin edirlər. Yəni ev təsərrüfatının üzvləri öz vəsaitlərini tam və ya qismən birləşdirir və xərcləyirlər. Ev təsərrüfatı müstəqil yaşayan bir adamdan da ibarət ola bilər.

Ev təsərrüfatı ümumi təsərrüfatdır və bu təsərrüfat birlikdə yaşayan insanların bir qrupunu aparır. Ev təsərrüfatı sadəcə olaraq insanların istehlak birliyi deyildir. O, həmçinin müxtəlif gəlir gətirən iqtisadi fəaliyyətlə məşğul olur.

Bu fəaliyyətlər aşağıdakılardır:

1) istehsal amillərinin (məsələn, işçi qüvvəsi) və əmlakdan (mənzil və torpaq üçün icarə haqqı, banka pul qoyuluşunun faizi, səhmlərdən gəlir və s.) satışından gəlirin əldə edilməsi;

2) ev təsərrüfatının aparılması (köməkçi kənd təsərrüfatında iş, istehlak və xidmət əşyalarının alınması, evdə qida və digər məhsulların hazırlanması, maddi və mənəvi nemətlərin istehlakı);

3) böyüyən nəslin tərbiyə edilməsi;

4) "xarici" iqtisadi əlaqələr (dövlətə vergilərin ödənilməsi, dövlətdən sosial ödənişlərin alınması, xarici ölkələrlə iqtisadi əlaqələr, o cümlədən pul köçürmələri, bağlamaların alınması və s.).

Kiçik müəssisələrin xüsusiyyətləri

XIX-XX əsrlərdə ümumi pay mülkiyyətində olan nisbətən kiçik müəssisələrin (ortaqlıqların, kooperativlərin, səhmdar cəmiyyətlərin) sayı xeyli artmışdır. Bu, xırda sahibkarların təsərrüfat vəziyyətini möhkəmləndirmişdir.

Mikroiqtisadiyyat təsərrüfatlarının dayanıqlılığının ən mühüm səbəbləri aşağıdakılardır:

- onların çevikliyi-istehlakçıların tələblərindəki dəyişikliklərə sürətli uyğunlaşma;

- bazar əməliyyatlarına kiçik həcmdə xidmət edilməsi zərurəti. Məsələn, geyimlərin, ayaqqabıların alıcıların qeyri-standart tələbatını nəzərə alaraq satışına xidmət edə bilər; təmir işləri (onları saatların, ayaqqabıların, avtomobillərin təmiri üzrə firmalar

aparır); şəxsi xidmətlərin göstərilməsi (ailə həkimi, vəkil, bərbərxana); çox yüksək gəlirli insanlar üçün bahalı malların mağazaları (dəbdəbəli yaxtalar, yüksək keyfiyyətli idman avtomobilləri və s.);

- iri yığım zavodları üçün komplektləşdirici məmulatların dar ixtisaslaşdırılmış istehsalı; iri şirkətlərin məhsullarının (televizorların, soyuducuların, paltaryuyan maşınların) satışı;

- kiçik müəssisələrdə də böyük iqtisadi səmərə verən müasir mikroprosessor texnikasından istifadə edilməsi.

Yüksək inkişaf etmiş ölkələrdə kiçik müəssisələr iqtisadiyyatda çox mühüm rol oynayır: onlar ölkənin bütün milli məhsulunun təxminən 50%-ni yaradırlar. Dövlət kiçik sahibkarlığa maliyyə (pul) vəsaitləri ilə yardım göstərir, vergiləri azaldır [36].

Mikroiqtisadiyyatın predmeti

Mikroiqtisadiyyat - iqtisadi nəzəriyyənin insanlar arasında iqtisadi münasibətləri öyrənən və onların təsərrüfat fəaliyyətinin ümumi qanunauyğunluqlarını müəyyən edən tərkib hissəsidir.

Mikroiqtisadiyyat fərdi agentlərin davranışını öyrənən qərarların qəbul edilməsi elmidir.

Onun mürəkkəb problemləri aşağıdakılardır:

- konkret nemətlərin buraxılış qiymətləri, həcmi və istehlakı;
- ayrı - ayrı bazarların vəziyyəti;
- alternativ məqsədlər arasında resursların bölgüsü.

Mikroiqtisadiyyat nisbi qiymətləri, yəni ayrı-ayrı nemətlərin qiymətlərinin nisbətərini öyrənir, bu zaman qiymətlərin mütləq səviyyəsini makroiqtisadiyyat araşdırır.

Mikroiqtisadiyyatın bilavasitə predmeti aşağıdakılardır:

- məhdud resursların səmərəli istifadəsi ilə bağlı iqtisadi münasibətlər;

- iqtisadi seçim şəraitində iqtisadiyyatın ayrı-ayrı agentlərinin qərarlarının qəbul etməsi.

Mikroiqtisadiyyatda aşağıdakı məsələlərin öyrənilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir:

- insanların adekvat institutlarda və ictimai qurumlarda möhkəmlənən iqtisadi davranışı. Əsas institutlar kimi bazar, mülkiyyət və dövlət çıxış edir;

- iqtisadi agentlərin qərarların qəbul edilməsi və onların müvafiq iqtisadi hərəkətlərinin həyata keçirilməsi;

- alternativ variantlardan birini seçmək problemi. Burada nemətlərin nadirliyi və onların məhdudluğu xüsusi əhəmiyyət və aktuallıq kəsb edir;

- iqtisadi atomizm, yəni mikroiqtisadiyyatın diqqətini iqtisadi fəaliyyət prosesində öz qərarlarını qəbul edən və həyata keçirən iqtisadi agentlərin davranışına yönəltdiyini ifadə edir;

- mahiyyəti iqtisadi agentlərin şəxsi xeyir və məsrəflərin qiymətləndirməsinə yol verməsindən ibarət olan iqtisadi rəşionalizm, yəni iqtisadi qərarların qəbul edilməsi prosesində onların müqayisəsi konkret iqtisadi agentin maksimum gəlirin əldə olunmasını təmin edən daha səmərəli təsirlərini müəyyən etməyə imkan verir.

Mikroiqtisadiyyatın iqtisadi agentlərinin əsas vəzifəsi resursların məhdudluğundan irəli gələn iqtisadi seçimi həyata keçirməkdən ibarətdir. İstənilən cəmiyyətdə resursların məhdudluğu mühüm məsələlərin həlli məqsədilə seçim etməyi nəzərdə tutur:

- hansı həcmdə və nəyi istehsal etmək ?

- seçilmiş nemətlərin növlərini necə istehsal etmək ?

- istehsal olunmuş məhsulları kim əldə edir ?

- cari istehlak və gələcək üçün resurslardan hansı miqdarda istifadə etmək lazımdır ?

Mikroiqtisadiyyat yuxarıda qeyd olunan dörd əsas məsələnin necə həll olunduğunu öyrənir.

Müasir mikroiqtisadiyyat dörd hissədən ibarətdir:

- *birinci hissə* istehlak tələbinin formalaşmasının qanunauyğunluqlarının təhlilinə həsr olunub. Mikroiqtisadiyyatın bu hissəsində son hədd faydalılıq nəzəriyyələri inkişaf edir;

- mikroiqtisadiyyatın *ikinci hissəsində* təklif təhlil edilir, ilk növbədə ayrı-ayrı firmanın davranışının öyrənilməsi və onun məsrəflərinin konkret bazar şəraitində formalaşdırılması baxımından;

- *üçüncü hissə* bazarların müxtəlif formalarından (təkmil və ya qeyri-təkmil rəqabət bazarları) asılı olaraq tələb və təklifin nisbətinin təhlilinə həsr edilmişdir;

- *dördüncü hissə* - bölgü nəzəriyyələri-istehsal amillərinin

qiymətin əmələ gəlməsi bazarları və problemləri təhlil edilir.

Mikroiqtisadiyyat fərdi qiymətlərin hərəkəti haqqında təsəvvür yaradır və bazar mexanizmi adlandırılan mürəkkəb əlaqə sistemi ilə məşğul olur. Bu, birbaşa istehsal prosesində, bazarda mübadilə aktlarında formalaşdıqları şəkildə xərclərin, nəticələrin, faydalılığın, dəyər və qiymətin problemlərini nəzərdən keçirir.

Mikroiqtisadiyyatın əsasları Avstriya məktəbi tərəfindən yaradılıb və onun əsas nümayəndələri K.Menqer, F.Vizer, E.Bem-Baverk idi. İngilis iqtisadçıları A.Marşall, A.Piqu, C.Xiks, Amerika iqtisadçısı J.B.Klark, italyalı iqtisadçısı V.Pareto, İsveçrə iqtisadçısı L.Valras və başqaları mikroiqtisadiyyatın inkişafına əhəmiyyətli töhfə vermişlər.

Mikrotəhlil müəyyən dəyişikliklərə məruz qalmışdır, xüsusilə mikroiqtisadiyyat obyektini genişləndirmişdir. Mikroiqtisadiyyat obyektini- insanların iqtisadi fəaliyyəti və onun gedişində yaranan ümumi iqtisadi problemlərdir və mövcud institutlarla uyğun olaraq həll edilir.

Mikroiqtisadiyyat obyektləri aşağıdakılardır:

- *fərdi şəxslər;*
- *ev təsərrüfatları;*
- *firmalar;*
- *ilk istehsal resurslarının mülkiyyətçiləri;*
- *ölkə daxilində və onun hüdudlarından kənarında digər firmalarla bağlı ən böyük korporasiyalar;*
- *iqtisadiyyatın bütöv sahələri.*

Mikroiqtisadiyyatın metodları

Ayrı-ayrı iqtisadi subyektlərin davranışının izahına yanaşmadan asılı olaraq, mikroiqtisadi nəzəriyyə **pozitiv və normativ nəzəriyyələrə** bölünür. Pozitiv və normativ təhlil anlayışları A.Smit tərəfindən elmi dövriyyəyə qəbul edilib. İqtisadi təhlilin bu iki istiqamətinin ümumiləşdirilməsi XX əsrin astanasında baş vermişdir.

İngilis iqtisadçısı, Kembric Universitetinin professoru Con Nevill Keyns (1852-1949), C.M.Keynsin atası, "Siyasi iqtisadın predmeti və metodu" əsərində yazırdı: "Müsbət elm, bu elmə nə

aiddirsə, sistemli biliklərin məcmusu kimi müəyyən edilə bilər; normativ, yaxud tənzimləyici elm – ona nə aiddirsə, biliklərin məc-musu kimi və öz predmeti olanlar üçün ideal olan, həqiqi elmdən fərqlənən bir şeydir..." Eyni işdə o, "iqtisadi birliklərin (qanuna-uyğunluqların) öyrənilməsi mümkün və arzuolunan olduğunu", iqtisadi ideallardan asılı olmayaraq və iqtisadi qaydaları ifadə etmədən (əksinə deyil)", vurğuladı. Nəticədə, C.N.Keyns bir-birindən asılı olmayaraq pozitiv və normativ iqtisadiyyat vasitələri ilə iqtisadi proseslərin və hadisələrin tədqiq edilməsinin mümkün-lüyünü nəzərdə tuturdu.

Pozitiv mikroiqtisadiyyat amillər arasında faktları və bağlılıqları öyrənir, "nə var və ya ola bilər?" suallarına cavab verir.

Normativ mikroiqtisadiyyat fəaliyyət reseptlərini təklif edir, iqtisadiyyatın hansı şərtlərinin arzuolunan və ya arzuolunmaz olduğunu müəyyən edir, "nə olmalıdır?" sualına cavab verir.

Mikroiqtisadiyyatın pozitiv və normativ səviyyədə fərqləndirilməsi mikroiqtisadi nəzəriyyənin metodologiyasında başlanğıc nöqtəsidir.

İqtisadi hadisələrin və proseslərin öyrənilməsinə pozitiv yanaşmanın tərəfdarları iddia edirlər ki, mikroiqtisadiyyat digər təbii elmlərə bənzər "təmiz" elmdir. Buna əsaslanaraq, hadisələri dəqiq təbii elmlər kimi eyni üsullarla öyrənməlidir. Pozitivistlərin fikrincə, onun vəzifəsi iqtisadi hadisələri real gerçəklikdə olduğu kimi təsvir etməkdən ibarətdir.

Pozitiv mikroiqtisadi nəzəriyyənin real gerçəkliyini öyrənməyin əsas üsulları aşağıdakılardır:

- *son hədd təhlili, yaxud marjinallıq.* Onun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, iqtisadi hadisələr təkcə tamamlanmış (ümumi, orta kəmiyyətlərin öyrənilməsi) deyil, həm də daim dəyişən formada təhlil edilir;

- *funksional təhlil,* tədqiqatın aşağıdakı ardıcılığını nəzərdə tutur: əvvəlcə fenomenin tipik keyfiyyəti, sonra bu keyfiyyətə təsir edən amillər, və nəhayət, amillərin əvvəllər müəyyən edilmiş keyfiyyəti ilə qarşılıqlı əlaqə üsulu müəyyən edilir. Hesab edilir ki, göstərici o zaman dəyişkəndir, əgər bu və ya digər amillərin təsiri

altında öz əhəmiyyətini dəyişdirirsə. Məsələn, "y x-in funksiyasıdır". Bu deyim belə yazılır: $y = f(x)$; burada: y - x-in funksiyasıdır, x funksiyanın arqumentidir;

- *tarazlıq yanaşması*. Bu o deməkdir ki, mikroiqtsadiyyat nisbi sabitliyin vəziyyətini öyrənir, yəni belə vəziyyətin dəyişməsinə daxili meyillər olmadıqda. Əgər xarici şərait cüzi şəkildə dəyişdiyi zaman, iqtisadi vəziyyət əhəmiyyətli dərəcədə dəyişərsə, bu tarazlıq qeyri-sabit adlanır. Xarici dəyişikliklər zamanı sistemin özündə əvvəlki vəziyyəti bərpa edən qüvvələr varsa, bu tarazlıq dayanıqlı adlanır;

- *nəzəriyyənin verifikasiyası (yoxlanılması)*. Bu metoda görə, nəzəriyyə təcrübədə qismən və ya dolayısı ilə təsdiqlənməlidir. O halda ki, nəzəriyyə faktlarla uzlaşmır, nəzəriyyəni yaxşılaşdırırlar, ya rədd edirlər, ya da yenisini yaradırlar. Pozitivistlər hesab edirlər ki, iqtisadiyyatda nə və necə baş verdiyini izah etmək lazımdır, lakin bu məsələlərə subyektiv qiymət vermək məsləhət deyil.

Normativ yanaşmanın tərəfdarları iqtisadi hadisələrin və proseslərin modelləşdirilməsindən geniş istifadə edirlər, yəni idrak obyektlərinin tədqiqi bilavasitə deyil, dolay yolla, modellər vasitəsilə həyata keçirilir.

Mikroiqtisadiyyatda mükəmməl modelləşdirmə üstünlük təşkil edir, hansı ki, əlamətdar və intuitiv bölünür.

Əlamətdar modelləşdirmə düsturlar və qrafiklərin istifadəsini nəzərdə tutur. Qrafik modellər əhəmiyyətli izaha, bacarığa, malikdir.

Qrafiklərin iki tipini fərqləndirirlər:

- ***empirik asılılıqlar;***

- ***nəzəri asılılıqlar.***

Birincisi, dəyişən kəmiyyətlər arasındakı asılılığın empirik cəhətdən əks olunmasıdır.

İkincisi, iqtisadi dəyişənlər arasında asılılığın nəzəri təsviri formasında çıxış edir və qeyri-real iqtisadi sistemlərin və ya onların tərkib elementlərinin fəaliyyət proseslərinin izah edilməsi məqsədi ilə tətbiq edilir.

Empirik asılılıqların qrafiklərində hər nöqtə birlikdə müşa-

yiət olunan dəyişkən göstəriciləri nümayiş etdirir. Nəzəri asılılıqların qrafikləri bir çox ayrı-ayrı nöqtələr deyil, birbaşa xətlər şəklində göstərilir.

Mikroiqtisadiyyatda iki növ – optimallaşdırma və tarazlıq modelləri tətbiq edilir.

Fərdi iqtisadi agentlərin davranışını öyrənərkən *optimallaşdırma modelləri* istifadə olunur. Bu modellərdə əsas işçi kateqoriyaları formalarında son hədd faydalılıq, son hədd məhsulu, son hədd məsrəfləri, son hədd gəliri və s. çıxış edir.

İqtisadi agentlər arasında qarşılıqlı münasibətlərin öyrənilməsi zamanı *tarazlıq modelləri* tətbiq edilir. Bu modellər iqtisadi agentlərin qarşılıqlı fəaliyyət modellərinin daha ümumi sinfinin özəl hadisəsi kimi çıxış edir. İqtisadi sistemin tarazlıq modelləri vasitəsilə tarazlıq və qeyri-tarazlıq vəziyyətləri öyrənilir. Mikroiqtisadi nəzəriyyədə bazar tarazlığı modelləri xüsusi əhəmiyyət kəsb edir, çünki iqtisadi agentlər öz təsərrüfat fəaliyyətini yalnız o şərtlə səmərəli həyata keçirə bilirlər ki, onlar bütün qiymətlər, istehlak etdiyi resurslar və təklif etdiyi nemətlər barədə etibarlı informasiyaya malik olsunlar. Hər bir ayrı-ayrı iqtisadi agentin bu cür informasiyaya malik olmaması səbəbindən qiymət yaradan amillərin öyrənilməsi üçün optimal üsul bir konkret qiymətdə tarazlıq vəziyyəti və cüzi dəyişikliklər haqqında ehtimal ola bilər.

İqtisadi modelləşdirmədə nəzəri və təcrübi məsələlərin həllində uğurla istifadə oluna bilən kompüter modelləşdirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Mikroiqtisadi nəzəriyyə mikroiqtisadi siyasətin işlənilməsinin əsasını təşkil edir. Sonuncu öz növbəsində, ayrı-ayrı bazarlar və ya sahələr üçün konkret hədəflər müəyyən edən və bu məqsədlərin həyata keçirilməsi üçün bazarların və sahələrin tənzimlənməsi istiqamətində müəyyən vasitələrdən istifadə edən dövlət tərəfindən müəyyən edilir.

Mikroiqtisadiyyatda, makroiqtisadiyyatda olduğu kimi, eyni alətlərdən istifadə olunur, lakin elmlərin hər biri iqtisadi hadisələri və prosesləri müxtəlif bucaq altında təhlil edir. Makroiqtisadiyyat bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatını, mikroiqtisadiyyat isə ictimai məh-

sulun tərkibini və bölgüsünü öyrənir. İqtisadi təhsil üçün iqtisadi nəzəriyyənin hər iki hissəsi eyni dərəcədə qiymətlidir. Amerika iqtisadçısı Paul Samuelsonun sözlərinə görə, iqtisadiyyat öyrənmələrə müraciət edərək, yalnız bir bölməni bilənlər, yarımçıq təhsil almış olur və nəzəriyyənin digər hissəsi barədə heç bir məlumatı olmur.

6.2. Biznes və sahibkarlıq fəaliyyəti: mikrosəviyyədə istehsal, bölgü, mübadilə və istehlak

İstənilən iqtisadi sistemdə bu sistemin əsas iqtisadi məqsədinin həyata keçirilməsində aparıcı qüvvələr var. Plan-inzibati sistemdə – dövlət müəssisələri, bazar iqtisadiyyatında – biznes və istehsalın həcmi üzrə kiçik, orta və iri biznesə bölünən bütün müliyyə formalarının sahibkarlığıdır. Çoxlu sayda və yüksək gəlirliyi olan kiçik biznes formaları böyük əhəmiyyət kəsb edirlər.

Biznes və sahibkarlıq bazar iqtisadiyyatının əsas elementlərindən biridir, onlarsız dövlət sürətlə inkişaf edə bilməz. Biznes və sahibkarlıq dövlətin iqtisadi artım tempinə, ümumi milli məhsulun strukturuna, həcminə və keyfiyyətinə təsir göstərir.

Son zamanlar "biznes" və "sahibkarlıq" kimi anlayışlar qarışmağa və öz ilkin mənasını itirməyə başladı.

Bu gün ən geniş yayılmış anlayışlardan biri də onu göstərir ki, biznes-tələb olunan mal və xidmətlərin reallaşdırılması yolu ilə gəlir əldə etməyə yönəlmiş istənilən fəaliyyətdir.

Lakin real şərtlərə daha uyğun olan digər təriflər də mövcuddur, məsələn, biznes-şəxsi və ya borc vəsaiti hesabına bazar iqtisadiyyatı subyektləri və dövlət orqanları tərəfindən həyata keçirilən sahibkarlıq fəaliyyəti və onun əsas məqsədi gəlir əldə etmək və öz müəssisəsini inkişaf etdirməkdir.

Sahibkarlıq və ya sahibkarlıq fəaliyyəti – risklə bağlı vətəndaşların və onların kooperasiyalarının müstəqil fəaliyyəti, qanunla müəyyən edilmiş qaydada əmlakdan istifadə edilməsindən, malların satışından, işlərin görülməsindən və ya xidmətlərin göstərilməsindən gəlir əldə etmək məqsədi ilə şəxsi məsuliyyətlə həyata

keçirilir.

Bu anlayışları bölmək çətindir, çünki onlar bərabər mənalıdır, lakin şübhəsiz ki, fərqlər var.

Sahibkarlıq fəaliyyəti kimi biznes öz satış həcminə görə böyük, orta və kiçik biznesə bölünür. Onlar həm istehsal həcmlərində, əsas fondların ölçüsündə, həm də əmək və maliyyə resurslarında əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənirlər. Böyük biznes-müasir iqtisadiyyatın əsaslarından biridir, kiçik və orta sahibkarlıq isə onun vəziyyətinin və inkişafının mühüm göstəricisidir.

Sahibkarlıq biznesin əsası kimi öz işini nəzərdə tutur ki, bu da həmişə onu itirmək və sərf olunan maddi və intellektual resurslardan məhrum olmaq təhlükəsi ilə bağlıdır.

Biznesin və sahibkarlığın sürətli inkişafı üçün müəyyən şərait və amillər lazımdır:

1) sahibkarlıq qabiliyyəti, şəxsi maraqlar, yaradıcı ideyalar, faydalar;

2) bazarda boş yerin mövcudluğu və ya bazarın genişləndirilməsi ehtimalı;

3) mənfəətin artırılması bacarığı;

4) resurslardan qənaətlə istifadə etmək bacarığı, yeniliklərin tətbiqi;

5) böhran vəziyyətlərini və onların həlli yollarını proqnozlaşdırmaq imkanı.

Hər yeni başlayan sahibkar və ya iş adamı əvvəlcədən işinə təsir edən bütün amilləri təhlil etməlidir, məsələn:

1) öz təcrübəsini, mövcud resursları, potensialı və (ən azı) rəqabəti, mümkün tələbatı nəzərə alaraq, öz işinin əsas istiqamətini seçmək;

2) təşkilatın taktikasını və strategiyasını, kommersiya imkanlarını müəyyənləşdirmək, ixtisaslı işçiləri seçmək;

3) müəssisənin maliyyə potensialını qiymətləndirmək, xərcləri, döviyyə və əsas vəsaitləri, nizamnamə kapitalının lazımı ölçüsü və mümkün sponsorların cəlb edilməsi ehtimalını hesablamaq.

Sahibkarlığın inkişafına sahibkarın öz qabiliyyətindən və istəyindən başqa, dövlət siyasətinin və bütövlükdə iqtisadiyyatın

vəziyyətinin təsiri böyükdür.

Biznes və sahibkarlığın həyata keçirilməsi zamanı **istehsal** anlayışından istifadə edilir. **İstehsal** istənilən ölkənin həm mikro, həm də makrosəviyyədə davamlı inkişafının əsasıdır. Ümumiyyətlə, istehsal cəmiyyətin şəxsi tələbatlarının ödənilməsinə yönəlmiş fəaliyyətdir. **İstehsalın 4 mərhələsini ayırmaq olar, bunlardan birinci olaraq sözün dar mənasında istehsal çıxış edəcək:**

- **istehsal;**
- **bölgü;**
- **mübadilə;**
- **istehlak.**

Bu mərhələləri nəzərdən keçirək:

- **istehsal** iqtisadi fəaliyyətin başlanğıc nöqtəsi olan iqtisadi nemətlərin və xidmətlərin yaradılması prosesidir.

İstehsalın təsnifatına müxtəlif yanaşmalar mövcuddur. Məsələn, xidmət sahəsi ayrıca qeyd olunaraq, istehsal maddi və qeyri-maddi sahələrə bölünür. Digər təsnifat meyarına görə istehsalın iki növü mövcuddur: maddi və qeyri-maddi istehsal, onların hər birində əmtəə və xidmətlərin istehsalının bölgüsü həyata keçirilir.

Əmtəə – bazarda satış üçün istehsal olunan əmək məhsuludur (maddi, yəni əşya).

Xidmət – cəmiyyətin müəyyən tələbatlarının ödənilməsinə yönəlmiş və bazarda təklif olunan fəaliyyətin nəticəsidir. Xidmətin maddi ifadəsi yoxdur və o həmin fəaliyyətin həyata keçirilməsi zamanı reallaşır və istehlak edilir;

- **bölgü** – istehsal olunan məhsulun, gəlirin onun istehsalında iştirak edənlər arasında bölüşdürülməsidir.

İstər dar (əmtəənin/xidmətin istehsalında iştirak edən ayrı-ayrı şəxslər arasında), istərsə də geniş mənada (iqtisadiyyatda, ümumiyyətlə, dövlətin iştirakı ilə yenidən bölüşdürülmə nəzərə alınmaqla) bölgü anlayışı nəzərdən keçirilə bilər;

- **mübadilə** – istehsal olunan məhsulun əvəzinə insanlar pul və ya digər məhsul (barter) əldə edən bir prosesdir;

- **istehlak** – istehsal olunan (uzun müddətli istifadə olunan əşyaların istehlakı) və ya məhv edildiyi (qısamüddətli məhsulun

istehlakı) məhsulun son istehsal mərhələsidir [37].

Vahid istehsal prosesinin fazaları kimi istehsal, bölgü, mübadilə və istehlak sahələri təkcə bir-birinin ardınca gəlmir, həm də bir-birinə qarşılıqlı nüfuz edir.

6.3. Firma: məzmunu və təşkilinin formaları

Müəssisənin mahiyyəti, xüsusiyyətləri və funksiyaları

Müəssisə - sahibkar və ya sahibkarlar qrupu tərəfindən gəlir, bazar payını əldə etmək və iqtisadi subyektlərin tələbatını ödəmək məqsədi ilə bazar malları və xidmətlərini istehsal etmək üçün yaradılmış müstəqil təsərrüfat subyektidir. Bundan əlavə, müəssisə firmanın səmərəli fəaliyyətini təmin edir, çünki onun sifarişlərini bu və ya digər şəkildə yerinə yetirir. Başqa sözlə, firmanın tərkibinə təsərrüfat fəaliyyəti ilə məşğul olan bir neçə müəssisə daxil ola bilər [37].

Müəssisənin əsas xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

1. Təşkilati birlik, ilk növbədə, bazar iqtisadiyyatı çərçivəsində səmərəli fəaliyyət göstərməyə imkan verən, uzlaşdırılmış fəaliyyət mexanizmini nəzərdə tutur.

2. Hər bir müəssisənin zəruri resurslar kompleksi olduğu halda, onların vasitəsilə müəyyən edilmiş malların və xidmətlərin istehsalı həyata keçirilməlidir:

- *təbii resurslar;*
- *maddi resurslar;*
- *əmək resursları;*
- *sahibkarlıq resursu və ya sahibkarlıq qabiliyyəti.*

3. Hər bir müəssisə öz mülkiyyətində ayrıca mülkiyyətə malikdir. Bundan başqa, iqtisadi müstəqilliyin olması son dərəcə vacibdir. Beləliklə, müəssisə "özü" harada və hansı miqdarda nə istehsal edəcəyini müəyyənləşdirir.

4. Müəssisənin iqtisadi məsuliyyəti-investorlar, kreditorlar və istehlakçılar qarşısında bütün öhdəliklərə cavab vermək vəzifəsidir.

5. Müəssisə təsərrüfat dövrüyəsində öz adından çıxış edir,

çünkü özünün balansı, biznes planı, həmçinin bankda hesabı var.

Müəssisənin vəzifələri aşağıdakılardır:

- gəlirlərin sabit əldə edilməsi, bu da texnologiyaların daha da inkişaf etdirilməsinə və dəyişdirilməsinə, həyata keçirilməsinə və yeni istehsal metodlarından istifadə etməyə imkan verir;

- istehlakçının keyfiyyətli məhsullarla və lazımi miqdarda təmin edilməsi. Ən əsası odur ki, məhsul və xidmət bazarında tələb və təklifin tarazlığı bu və ya digər şəkildə müşahidə olunsun ki, müəssisə bütünlüklə istehlak tələbini ödəsin;

- işçi heyətinin vaxtında və layiqli əmək haqqı ilə təmin edilməsi. Bundan başqa, əlavələr, mükafatlar sistemi fəaliyyət göstərməlidir və peşəkar (karyera) yüksəlişi imkanı olmalıdır ki, bu da işçiləri yüksək nəticəyə sövq edir. Müəssisə öz işçiləri üçün əlverişli əmək şəraitini də təmin etməlidir.

Təşkilatın etik baxımdan, hər hansı müəssisə ətraf mühitin vəziyyətinə görə məsuliyyət daşımalı və zərərli təsirlərin səviyyəsini azaltmağa çalışmalıdır.

Firma anlayışı: onun əlamətləri və funksiyaları

Firma-kommersiya və istehsal fəaliyyəti ilə məşğul olan və ayrıca əmlaka malik olan müstəqil iqtisadi subyektdir.

Firma aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir:

- iqtisadi cəhətdən ayrıca, müstəqil təsərrüfat vahidi təşkil edir;

- hüquqi cəhətdən qeydə alınmış və bu baxımdan nisbətən müstəqildir: öz büdcəsi, nizamnaməsi və biznes-planı var;

- istehsalatda özünəməxsus vasitəçidir;

- istənilən şirkət öz fəaliyyəti ilə bağlı bütün qərarları müstəqil qəbul edir, ona görə də onun istehsal və kommersiya müstəqilliyi barədə danışmaq olar;

- firmanın məqsədləri mənfəət əldə etmək və xərcləri minimuma endirmək hesab olunur.

Amma elə firmalar var ki, onlar qeyri-qiyət rəqabət aparır və aşağıdakı məqsədlərə malikdirlər:

- satış həcminin və bazarda öz payının artırılması, eləcə də qiymətlərə və istehlak tələbinə maksimal nəzarət;

- qulluqçu ştatının saxlanması. Buna can ataraq firmanın rəhbərliyi əmək haqlarını artırır, əmək şəraitini yaxşılaşdırır, transfer ödənişlərini həyata keçirir, yəni işçilərin fərdi nəticəsini stimullaşdırır;

- böhran iqtisadiyyatında yaşamaq və fəaliyyət göstərmək. İnflyasiya gözləntiləri inkişafın yeni strateji metodlarının yaradılmasına can atır. Buna uyğun olaraq, müasir təşkilatlarda firmanın son məqsədlərinə nail olmaq üçün kompleks tədbirlər hazırlayan strateji planlaşdırma şöbəsinə malik olmaq məqsəduyğundur;

- keyfiyyətli yeni məhsulların istehsalı və bazara çıxarılması. Ən yeni texnologiyaların istehsalata tətbiqi daha keyfiyyətli və rəqabətə davamlı məhsul istehsal etməyə imkan verir.

Müstəqil iqtisadi subyekt kimi firma bir sıra mühüm funksiyaları yerinə yetirir:

- **istehsal funksiyası** – firmanın malların və xidmətlərin hazırlanması üzrə istehsal təşkil etmək qabiliyyətini nəzərdə tutur;

- **kommersiya funksiyası** – hazır məhsulun maddi-texniki təchizatını, satışını, eləcə də marketing və reklamı təmin edir;

- **malıyyə funksiyası** – investisiyaların cəlb edilməsi və kreditlərin alınması, firma daxilində və tərəfdaşları ilə hesablaşmalar, qiymətli kağızların buraxılması, vergilərin ödənilməsi;

- **hesablama funksiyası** – biznes planının, balansların və smetaların tərtib edilməsi, dövlət statistika və vergi orqanlarına inventarlaşdırma və hesabatların aparılması;

- **inzibati funksiya** – bütövlükdə təşkilat, planlaşdırma və fəaliyyətə nəzarət daxil olmaqla idarəetmə funksiyasıdır;

- **hüquqi funksiya** – qanunlara, normalara və standartlara riayət etməklə, həmçinin istehsal amillərinin qorunması üzrə tədbirlərin yerinə yetirilməsi vasitəsilə həyata keçirilir.

Firmanın əsas konsepsiyaları

Firmanın nəzəriyyəsi ilk növbədə iki əsas yanaşmanı ehtiva edir ki, bunun vasitəsilə onun yaranması prosesi, mahiyyəti, həmçinin fəaliyyət qanunları və prinsipləri öyrənilir.

1. Texnoloji (və ya funksional) yanaşma

Onun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, istehsal amillərinin

tamamilə müxtəlif alternativ birləşmələri və texnoloji inkişaf səviyyəsi zamanı buraxılışın ən çox həcmi səciyyələndirən istehsal funksiyasını həmişə tapmaq olar. Bu yanaşma başa düşülməyən firmanın optimal ölçüsünün və onun istehsal miqyasının müəyyənəndirilməsi problemi yaranır. Məlum olur ki, buraxılış həcmindən asılı olan dəyişkən məsrəflərin kəskin artımına səbəb olmayan variant daha səmərəlidir. Başqa sözlə, istehsal miqyasında qənaətin müsbət effekti tamamilə xərclənməlidir. Məsələn, əgər dəzgahların gücündən tam istifadə olunsaydı və yeni avadanlığın alınması yeni istehsal sahələrinin tikintisi və ya icarəsi olmadan mümkün deyilsə, aviasiya detallarının istehsalçısı olan zavod üçün o, tükənəcək, lakin texnoloji yanaşma istehsalın haradan gəldiyini, necə təşkil edildiyini və onun mexanizminin nə və nədən ibarət olduğunu izah edə bilməz. Nəticədə firmanın fəaliyyətinin bütün məsələlərini həll edə biləcək yeni bir yanaşmanın yaradılması zərurəti yaranır.

2. İnstitusional yanaşma

İnstitusional yanaşma firmanın əldə olunan mənfəəti maksimuma çatdırmaq istəyinin araşdırılması ilə məşğul olmur. Bu yanaşma firmanın iqtisadi subyekt kimi, onun fəaliyyəti və son nəticədə - bazardan çıxma prinsipini izah etməyə imkan verir. Əlbəttə, güman etmək olar ki, iqtisadiyyat firma olmadan da sabit inkişaf etməyə qadirdir, bütün iqtisadi subyektlər istehsalatla müstəqil məşğul olurlar, mübadilə və satış həyata keçirirlər. Lakin məlum olduğu kimi, bütün resurslar, istehsal amilləri və dövrüyyə fondları iqtisadi mühitdə yayılıb. Çünki hər bir iqtisadi subyektə ayrı-ayrılıqda bütün amil resurslarını vahid istehsala birləşdirmək barədə uzunmüddətli danışıqlar aparmaq lazımdır. Bütün bunlar əməliyyat xərclərinin artmasına şərait yaradır və istehsal prosesi çox uzun və bahalı olur. Beləliklə, firmanın üstünlüyü ondan ibarətdir ki, o, bütün lazımi istehsal amillərini özündə birləşdirir. Bundan başqa, onları vahid istehsala birləşdirərək, bilavasitə bir müəssisədə mal və xidmətlər hazırlayır ki, bu da həm istehsal prosesini, həm də hazır məhsulun bazara çıxarılması prosesini əhəmiyyətli dərəcədə asanlaşdırır, fəaliyyət xərclərini azaldır. Demək

olar ki, firma ən münasib və səmərəli iqtisadi subyektdir.

Müəssisənin təşkilati formaları

Müəssisə - hazır məhsulların mal və xidmət bazarına çıxarılması və çatdırılması ilə məşğul olan təsərrüfat subyektidir.

Bütün müəssisələr həm yaranma, həm də istehsalat fəaliyyətinin təşkilati formasına görə fərqlənilir. **Buna uyğun olaraq, müəssisələrin aşağıdakı təşkilati-hüquqi formalarını onların iştirakçılarının maliyyə məsuliyyətinin azaldılması dərəcəsinə görə ayırırlar.**

1. Hüquqi şəxs yaratmadan müəssisə. Belə müəssisənin mülkiyyətçisi (bir qayda olaraq, fiziki şəxs) bütün öhdəliklər üzrə məhdudiyətsiz məsuliyyət daşıyır: o, bütün istehsal prosesini idarə edir, təşkil edir və nəzarət edir.

2. Ortaqlıq – istehsalın təşkilinin daha rahat formasıdır. Burada bir neçə mülkiyyətçi var ki, bu da birincisi, idarəetmə prosesini asanlaşdırır, ikincisi, məsuliyyəti bölüşdürür və riskin payını azaldır. **Ortaqlıqların aşağıdakı növləri var:**

- *tam ortaqlıqlar* – hər birinin bərabər hüquq və vəzifələri olan sahiblərin məhdudiyətsiz məsuliyyəti ilə xarakterizə olunur;

- *kommandit ortaqlıqlar* – inama əsaslanan ortaqlıqlar. Ortaqlığın bu növü tam ortaqlıqlar ilə müqayisədə daha mükəmməl formaya malikdir. **Kommandit ortaqlıqlar iki növ iştirakçıları nəzərdə tutur:**

- *istehsalı bilavasitə idarə edən və müvafiq olaraq bütün öhdəliklərə cavab verən tam ortaqlar;*

- *müflisləşmə zamanı yalnız öz depozitləri (əmanətləri) daxilində ziyanə gedə bilən əmanətçi - üzvlər.*

3. Müasir dövrdə iştirakçıların vəsait qoyuluşunun ölçüsünə uyğun olan, məsuliyyət daşıyan təsərrüfat cəmiyyətləri geniş yayılıb.

Bu tipli ilk ortaqlıqlardan nizamnamə kapitalı paylardan ibarət məhdud məsuliyyətli cəmiyyətlər (MMC) olmuşdular. Sonradan səhmdar cəmiyyətlər (SC) yarandı. Onların nizamnamə kapitalı bir neçə hissəyə – bazarda tədavi edilən səhmlərə bölünür. Qapalı səhmdar cəmiyyətlərində (QSC) açıq səhmdarlardan fərqli olaraq, tədavi prosesi səhmdarların əksəriyyətinin rəyi ilə ciddi şəkildə məhdud-

laşdırılıb. SC böyük kapitalı birləşdirə bilir ki, bu da dayanıqlılıq və rentabelliyn göstəricisidir. Bundan əlavə, SC-nin böyük üstünlüyü aşağı salınmış tranzaksiya (əməliyyat) xərcləridir.

4. Kooperativlər – könüllü birlik təşkil edirlər və onların səciyyəvi xüsusiyyəti mülkiyyətin yalnız onların iştirakçıları arasında bölüşdürülməsidir.

5. Unitar müəssisələr – dövlət mülkiyyətinin səviyyəsindən asılı olaraq respublika, federal, regional və bələdiyyə müəssisələrinə bölünür. Belə müəssisələrin mülkiyyətçisi yalnız dövlətin və ya yerli özünüidarə orqanlarının simasında olur, onların əmlakı bölünməzdir.

6. İctimai təşkilatların müəssisələri sosial funksiyanı yerinə yetirirlər. Bunlar bilavasitə kütlələrin sosial tələbatını ödəmək, onların maraqlarını ifadə etmək üçün yaradılır.

Müəssisənin daxili mühiti

Təşkilatın daxili mühiti-təşkilatın xarici mühitə inteqrasiya qabiliyyətini və dərəcəsini müəyyən edən daxili elementlərin birləşməsidir. Daxili mühiti həm statik vəziyyətdə, elementlərin tərkibini, həm də mədəniyyəti ayıraraq, bir sıra amillərin təsiri altında baş verən prosesləri öyrənməklə dinamikada nəzərdən keçirmək olar. Daxili mühitin elementlərinə təşkilatın, işçilərin özlərinin məqsəd və vəzifələrini və istehsalatda tətbiq olunan texnologiyaları, maliyyə və informasiya resurslarını, eləcə də təşkilati mədəniyyəti aid etmək olar.

Daxili mühitdə insanlar xüsusi yer tuturlar. Onların qabiliyyətləri, təhsil səviyyəsi və iş təcrübəsi, düşüncə tərzi, motivasiya və sədaqəti təşkilatın işinin son nəticəsini müəyyən edir. Məlum olduğu kimi, təşkilatda istehsal və resursların əsas amili özlüyündə əməkdir. İşçi qüvvəsi, yəni əmək fəaliyyətini həyata keçirən işçilər bütün təşkilatın fəaliyyətinin əsasıdır. Heyət və onun münasibətləri təşkilatın sosial altsistemini müəyyən edir.

İstehsal-texniki altsistemi əsas fondların (maşın, avadanlıq), xammalın müxtəlif növləri, məhsulun hazırlanmasına gedən materiallar, nemətlərin yaradılması, materialların hazır məhsula çevrilməsi üçün lazım olan alətlər toplusundan ibarətdir. İstehsal

alt sisteminin əsas tərkib hissəsi elektrik enerjisidir: o, avadanlığın işləməsini təmin edir və yeganə işıqlandırma mənbəyi kimi xidmət göstərir. Işıq işin müvəffəqiyyətlə yerinə yetirilməsi üçün zəruri şərtlərdən biridir. Bu alt sistemi xarakterizə edən elementlər aşağıdakılardır:

- istifadə olunan texnologiyalar;
- əmək məhsuldarlığı;
- istehsal xərcləri;
- məhsulun keyfiyyəti;
- müəssisədə ehtiyatların həcmi.

Daxili mühitin maliyyə altsistemi təşkilatda pul vəsaitlərinin hərəkətini və istifadəsini təmsil edir (məsələn, investisiya imkanlarının yaradılması, gəlirliliyin saxlanması və təmin edilməsi).

Marketing altsistemi bazar iqtisadiyyatında inkişaf etmişdir (ingiliscə market-bazar). Bu altsistem təşkilatın bazarla əlaqələrini qurmaq üçün nəzərdə tutulmuşdur:

- müştərilərin tələbatının ödənilməsi;
- satış sisteminin yaradılması və səmərəli (effektiv) reklam.

Beləliklə, təşkilatın daxili mühiti bütöv kimi fəaliyyət göstərərək təşkilatın rəqabət qabiliyyətini təmin edən alt sistemlərin məcmusudur.

Müəssisənin xarici mühiti

Xarici mühit - təşkilata xaricdən təsir edən, onun davranışını dəyişdirən elementlərin, amillərin və qüvvələrin şərtlərinin məcmusudur. Ona görə də onun öyrənilməsi təşkilata öz daxili strukturunu yenidən qurmağa, dəyişən şəraitə uyğunlaşmağa imkan verir ki, bu da bütövlükdə fəaliyyətin səmərəliliyini və rəqabət qabiliyyətini təmin edir.

Məsələn, istehlak üstünlüklərinin strukturu dəyişdikdə və ya texnologiyaların təkmilləşdirilməsi zamanı təşkilat impuls alır və dəyişməyə başlayır.

Xarici mühit birbaşa və dolaylı təsir mühitinə bölünür.

Birbaşa təsir mühiti aşağıdakı elementləri ehtiva edir:

1. İstehlakçılar-potensial alıcılar və müştərilərdir. Alıcılar

mühitə tələbin strukturunun dəyişdirilməsi, əmtəyə yeni tələblərin irəli sürülməsi (qiymət keyfiyyətinə, çoxfunksionallığa, dizayna və s.) və qiymətlərin müəyyən səviyyəsinin müəyyən edilməsi vasitəsilə təsir göstərilir. Müvafiq olaraq, istehsalçı da müştəriyə təsir edə bilər, təkmil xüsusiyyətləri olan yeni unikal məhsul təklif edir, xidmət keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasını, nəhayət, qiymətləri aşağı salır. İstehlakçı-müəssisənin inkişafını müəyyən edən subyektdir. Buna görə müasir təşkilatlar "öz" istehlakçısını tapmağa çalışırlar.

2. Rəqiblər eyni bazarlarda oxşar məhsul satan firmalardır. Rəqabət bazar payına, istehlakçıya, onun puluna görə gedir. Müasir zamanda, xarici mühitin yüksək qeyri-müəyyənliyi şəraitində yalnız rəqiblərlə əməkdaşlıq ətraf mühitə uyğunlaşmağa və qarşıya qoyulmuş məqsədə çatmağa imkan verir.

3. Maddi və təbii ehtiyatların sahibləri kimi təchizatçılar resurs asılılığı yaradaraq təşkilata birbaşa təsir edə bilərlər. Hər hansı bir firma üçün, resursların vaxtında və kifayət qədər miqdarda çatdırılmasını təmin etmək üçün tədarükün pozulmaması vacibdir. Belə şəraitdə təchizatçılar inhisarçı kimi resursların qiymətlərini əsassız olaraq artırma bilərlər. Beləliklə, təchizatçılarla "dostluq" əlaqələrin saxlanması marketing siyasətinin elementlərindən biridir.

4. Əmək bazarı. Əmək bazarının öyrənilməsi təşkilata müəyyən əmək xarakteristikalarına (cins, yaş, təhsil, ixtisas, iş təcrübəsi, şəxsi keyfiyyətlər) malik olan işçilərin kontingentini müəyyən etməyə imkan verir.

Dolaylı təsir mühiti (və ya makromühit) aşağıdakı amillərlə təmsil olunur:

- iqtisadi;
- sosial-mədəni;
- texnoloji;
- beynəlxalq.

Korporativ mədəniyyət

Korporativ mədəniyyət daxili təşkilatın elementidir, təşkilatdakı bütün insanlar tərəfindən qəbul edilən, burada məqbul, qəbul edilməz davranışları müəyyən edən əsas dəyərlər, normalar, ənənələr və davranış standartlarının məcmusudur.

Müasir təşkilatlarda korporativ mədəniyyət aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur:

- təşkilatın imicinin yaradılması, başqalarına bənzəməyən edir;

- işçi heyətinin vəhdətinin formalaşması, ümumilik, birlik, hörmət və qarşılıqlı dəstək hisslərinin tərbiyə edilməsi;

- təşkilatda sosial sabitliyin gücləndirilməsi;

- işçilərin təşkilatın işinə cəlb edilməsi;

- konkret olaraq bu təşkilat üçün məqbul olan davranış normalarının və nümunələrinin formalaşdırılması.

Korporativ mədəniyyətin on elementini ayırırlar, hansılar ki, onu təhlil etməyə imkan yaradır:

1. İşçilərin özlərini və rolunu dərk etməsi. Müxtəlif təşkilatlarda heyətə müxtəlif cür yanaşırlar. Bəzi rəhbərlər əməkdaşın əhəmiyyətini hər vəchlə vurğulayırlar, ona peşəkar, dəyərlı işçi, zəngin yaradıcılıq potensialına və biliyə malik olan həmkar kimi yanaşırlar. Digərlərində isə əksinə, işçi məqsədə nail olmaq vasitəsidir, rəhbərin sərəncamlarının icraçısıdır.

2. Kommunikasiya sisteminin mövcudluğu, yəni şifahi və yazılı ünsiyyət vasitələrindən istifadə olunması, həm şaquli (rəhbər-işçi), həm də üfüqi (əməkdaşlar, təşkilatın bölmələri arasında kommunikasiyalar) kommunikasiya əlaqələrinin mövcudluğu.

3. İşçi heyətinin xarici görünüşü: işgüzar stil, xüsusi geyim, uniforma, kosmetika və s. Hər bir əməkdaş buna uyğun olaraq məhz belə görünməlidir ki, buna təşkilatda yaranmış normalar imkan verir.

4. Qidalanmanın təşkili: müəssisədə bufet varmı, nahar fasiləsinin müddəti nə qədərdir?

5. Vaxtdan istifadə etmək: yəni iş vaxtının müddəti nə qədərdir, işə nə qədər gecikmək olar, işdə fasilə etmək olarmı?

6. İşçilər arasında cinsi, yaşı, statusu ilə xarakterizə olunan əlaqələr. Buraya münaqişə dərəcəsi və münasibətlərin formalaşması da daxildir.

7. Daxili mühit (davranış standartları, korporativ yığıncaqlar və s.) üzərində qurulan dəyərlər və normalar.

8. Bir şeyə, məsələn, rəhbərliyə, müvəffəqiyyətə, ədalətə, öz gücünə inam.

9. İşçinin inkişafı təşkilatın peşəyönümlü olması, işçinin karyerasını idarə etməsi və ixtisaslarının artırılmasını nəzərdə tutur.

10. Əmək etikası: işin layihələndirilməsi, iş yerinin məzmunu, işin keyfiyyəti və mükafatlandırma sistemi.

6.4. Firmanın istehsal xərcləri: istehsal fondları.

Amortizasiya - mahiyyəti və məzmunu

Xərclər anlayışı və onların təsnifatı

Firmanın xərcləri (məsrəfləri) – onun fəaliyyətinin təmin edilməsi, istehsalat və təchizat fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün zəruri olan bu və ya digər xərclərin miqdarıdır. Xərclər-qaçılmaz haldır, hüquqi cəhətdən rəsmiləşdirilmiş hər bir firmada var. Lakin onlar hər firma üçün ayrı-ayrılıqda fərqlənir, fəaliyyətin həcmi və nəticədə xərclərin miqdarını planlaşdıran rəhbərliyin və maliyyə şöbələrinin iqtisadi savadlılığından asılıdır [39].

Bütün xərclər onların istiqamətlərinə və yaranma üsullarına uyğun olaraq aşağıdakı meyarlara görə təsnif edilə bilər:

1. Xərclər məhsulun, işlərin, xidmətlərin maya dəyərini formalaşmasında tamamilə fərqli rol oynayır.

Əsas xərclər ictimai və digər istehlak mallarının və xidmətlərinin müəyyən həcmi hazırlandığı texnoloji və istehsal prosesi ilə bilavasitə əlaqəlidir.

Qaimə xərcləri istehsal prosesinin və onun təşkilinin təmin edilməsi, əmək fəaliyyətinin əlverişli şəraitinin yaradılması ilə bağlıdır. Bunlar sex və ümumi zavod xərcləridir.

2. Bu xərclərin aid olduğu məsələlərə uyğun olaraq, onlar aşağıdakı kimi ola bilər:

- *birbaşa xərclər* - maddi ehtiyatların alınması və bölüşdürülməsi, işçilərə əmək haqlarının və mükafatların ödənilməsi xərcləri ilə təmsil olunur. Demək olar ki, birbaşa xərclər əsas xərclərin tərkib hissəsidir, çünki istehsal prosesini xammal və işçi

qüvvəsi şəklində istehsal amilləri ilə təmin edirlər;

- *dolayı xərclər* - birbaşa məhsullarının müxtəlif növ istehsalı ilə bağlıdır, lakin onlar məhsulun maya dəyərinə daxil edilmir.

3. Yekcinslik dərəcəsi görə xərclərə aşağıdakılar aiddir:

- *sadə, yəni yekcins xərclər*. Onlar müəssisənin fəaliyyət istiqamətinə uyğun olaraq həyata keçirilir və müəssisənin anbarlarına lazımi istehsal amillərinin alınması və çatdırılması, eləcə də "işçi qüvvəsi" amilinin ödənilməsi üzrə bütün xərcləri əhatə edir;

- *kompleks xərclər* - təşkilatın bütün istehsal bölmələrinin və şöbələrinin xərcləri onların məcmusunda təşkil olunur.

4. Yarandıği vaxtdan təşkilatın bütün xərcləri 3 növə bölünə bilər:

- *cari xərclər*. Onlar bilavasitə indiki dövrdə, yəni istehsal prosesinin və ya digər fəaliyyət növlərinin həyata keçirilməsinin real olduğu vaxtda həyata keçirilir;

- *gələcək xərclər* - təşkilatın gələcəkdə həyata keçirəcəyi xərclərdir. Onları mal və xidmətlərin, istehsal amilləri bazarlarının, qiymətlərinin dinamikasının bazar təhlili vasitəsilə proqnozlaşdırmaq olar;

- *bundan əlavə, rahatlıq üçün iqtisadi fəaliyyət modelləri tərtib edilir.*

Firma xərclərinin növləri

Hər bir firma öz fəaliyyəti prosesində istehsal məsrəfləri adlanan müəyyən miqdarda xərc çəkir. Məsrəflərin bir neçə təsnifatı var.

1. *Mühasibat məsrəfləri* firmanın mövcud dövrdə xammal, zəruri avadanlıq və digər istehsal fondlarının alınması üçün real xərcləridir. Bundan başqa, buraya işçilərin əmək haqqına və sahənin icarəsinə çəkilən xərclər daxildir, əmək haqqının ödənilməsi sahəsi bilavasitə təşkilatın mənfəətindən pul köçürmələri vasitəsilə yaradılan əmək haqqı fondundan həyata keçirilir.

2. *Daxili məsrəflər* mövcud resursların və istehsal amillərinin daha səmərəli istifadəsi nəticəsində əldə edilə biləcək gəlirdir. Firmaların mülkiyyətində bina, torpaq, şəxsi kapitalı var. Bu halda, firmanın bu istehsal amillərinə daimi xərcləri yoxdur, bunun üçün

onlar "pulsuz"dur.

3. *İqtisadi məsrəflər* mühasibat və daxili məsrəfləri əhatə edir. İqtisadi qərarlar qəbul edilərkən istehsal prosesinə cəlb olunan bütün resurslar və onların xərcləri nəzərə alınmalıdır. Bu, onların daha səmərəli istifadəsinə kömək edir.

4. *Özəl məsrəflər* firmanın bütün zəruri maddi və təbii resursların ödənilməsi və satın alınması xərclərini təşkil edir.

5. *İctimai məsrəflər* bazarın strukturuna və mexanizminə təsir edən müsbət və mənfi xarici təsirlər (eksternaliyaları) nəzərə alınmaqla cəmiyyət tərəfindən qiymətləndirilir.

6. *Geri qaytarma məsrəfləri* firmanın növbəti istehsal dövründən və ya fəaliyyətinin başa çatmasından sonra geri qaytarıla biləcək bütün xərcləridir.

7. *Geri qaytarılmayan məsrəflərin* alternativ istifadəsi yoxdur. Bu, müəssisənin qeydiyyatı, onun sığortası, reklam lövhələrinin hazırlanması üzrə birdəfəlik xərclərdir.

Firmanın istehsal etdiyi məhsulun həcmindən asılı olaraq, qısamüddətli dövrdə məsrəflər iki böyük qrupa bölünür:

- *daimi xərclər* – relevant dövrdə istehsalın həcmindən asılı deyil. Bunlara icarə haqqı, elektrik enerjisi ödənişi və işçilərin maaşları daxildir. Başqa sözlə, bu, bir qayda olaraq, 1 ayda müəyyən bir tezlik ilə təkrar olunan xərclərdir;

- *dəyişkən xərclər* – istehsal olunan məhsulun miqdarından asılıdır, çünki onlar xammal və işçi qüvvəsinin alınmasına gedir. Müvafiq olaraq, istehsal miqyasının genişləndirilməsi zamanı daha çox istehsal dövriyyə fondları və əmək səyləri mal və xidmətlərin istehsalı üçün sərf olunur və nəticədə, dəyişkən xərclər artır.

Məhsulun maya dəyəri, onun növləri

Maya dəyəri-istehsal fəaliyyətinin ixtisaslaşmasından asılı olaraq malların və xidmətlərin hazırlanması üzrə bütün pul xərclərinin məcmusudur. Bu göstərici xammalın, materialların, yanacaqın alınması, əsas istehsal fondlarından (maşın və avadanlıq) istifadə edilməsi, işçilərin əməyinin ödənilməsi, hazır məhsulun istehsalı və satışı ilə bağlı ola biləcək digər məsrəflərdən ibarətdir.

Maya dəyəri-mühasibat hesabatlarının əsas göstəricisidir, çünki faktiki istehsal xərcləri barədə məlumat verir. Bundan başqa, maya dəyəri istehsal olunan məhsulun vahidinə düşən məsrəflərin məbləği kimi hesablanma bilər. Bunun vasitəsilə istehsalçının istehlak bazarına çıxardığı mallar və xidmətlər üçün son qiyməti müəyyən edilir. Xərclər nə qədər yüksək olsa, malların vahidinin dəyəri o qədər yüksək olacaq, çünki bu dəyər əvvəlcədən tranzaksiya xərclərini (yəni çatdırılma xərclərini), istehsalçının işlərin yerinə yetirilməsi üçün "əlavəni" və istehsal fəaliyyətinə görə işçilərə əmək haqqının məbləğini özündə əks etdirir.

Hazır məhsulun maya dəyəri onun hazırlanması zamanı məsrəflərin həcmindən asılı olaraq dəyişir. **Beləliklə, aşağıdakı maya dəyəri növləri mövcuddur:**

- *sexin maya dəyəri* - müəyyən məhsul və xidmətlərin hazırlanması prosesində bilavasitə iştirak edən bütün sexlərin və digər istehsal strukturlarının xərcləri ilə təmsil olunur;

- *istehsalatın maya dəyəri* - ümumi zavod və məqsədli xərclərin sexə maya dəyərinin əlavə edilməsi yolu ilə müəyyən edilir;

- *tam maya dəyəri* - təşkilatın yalnız məhsul buraxılışına və istehsal prosesinin təşkilinə deyil, həm də onun həyata keçirilməsinə, yəni bazara son məhsul və xidmətlərin göndərilməsinə çəkdiyi xərcləri özündə birləşdirir. Beləliklə, bu istehsal və kommersiya xərclərinin məcmusudur.

Bu təsnifatdan başqa, maya dəyərinin fərdi və orta sahəli (ayrı-ayrı sahə üzrə bütün müəssisələr üzə alınır), cari və həmin dövrə aid faktiki məlumatlar əsasında formalaşdırılan plan xərcləri də mövcuddur.

Məhsulun maya dəyəri, həmçinin xərclərin strukturunu bu və ya digər dövrə aid etməklə müəyyən edir.

Cari xərclər faktiki olaraq istehsal prosesinin baş verdiyi bu dövr məhsulunun maya dəyərinə aid edilir. *Gələcək dövrlərin xərcləri* onunla xarakterizə olunur ki, malların hazırlanması hal-hazırda həyata keçirilir, lakin sonrakı dövrün məhsullarının maya dəyərinə aiddir.

Qarşıdakı xərclərə, bir qayda olaraq, həyata keçirilməmiş

xərcləri aid edirlər, lakin artıq onların üzərində vəsait ehtiyatlanır.

Xərc maddələri üzrə məsrəflərin hesablanması (kalkulyasiyası), qruplaşdırılması

Hesablama (kalkulyasiya) – məhsul vahidinin istehsalı üçün xərclərin həcmnin hesablanması kimi müəyyən edilir. Bu, həmçinin xərclərin təhlili, iqtisadi qruplaşdırılması, istehsal məhsullarının və digər mühasibat obyektlərinin maya dəyərinin hesablanması prosesidir.

Mühasibat uçotunda xərclərin bir neçə maddəsi (və ya qrupu) ayrılır ki, bunun da maya dəyəri hesablanır:

- *xammal və əsas materiallar bilavasitə malların və xidmətlərin hazırlanmasına gedən və öz dəyərini birdəfəlik istehsal məhsuluna köçürən dövriyyə istehsal fondlarıdır;*

- *yardımcı materiallar-istehsal prosesinin həyata keçirilməsinə kömək edən əmək vasitələridir;*

- *texnoloji məqsədlərə sərf olunan yanacaq və enerji;*

- *istehsalatda fəhlələrin əsas əmək haqqı;*

- *əlavə əmək haqqı – işlərin vaxtından əvvəl başa çatdırılmasına və ya nəticələrin yüksək keyfiyyət göstəricilərinə görə mükafatlar və əmək haqqına əlavələr;*

- *sosial və tibbi sığortaya ayırmalar;*

- *avadanlığın istismar müddətini uzadan işinin saxlanılması üçün xərclər;*

- *sex və ümumi zavod xərcləri;*

- *istehsalda zay məhsuldan mümkün itkilər;*

- *kommersiya xərcləri: sifarişli istehsal amillərinin çatdırılması xərcləri, marketing, istehsalın genişləndirilməsi və ya onun keyfiyyətli inkişafı üçün firmanın öz üzərinə götürdüyü kredit ödənişləri ilə bağlı xərclər.*

İstehsal xüsusiyyətindən asılı olaraq, maya dəyərinin hesablanması müəyyən metodlarla həyata keçirilə bilər.

- ***sifariş metodu*** - onunla xarakterizə olunur ki, xərclərin uçotu ayrı-ayrı sifarişlər üzrə aparılır. Bu, əsasən cihazqayırma, maşınqayırma sahələrinin kiçik seriyalı və ya fərdi istehsalı üçün səciyyəvidir;

- **mərhələ (faza) metodu** – istehsal prosesinin hər bir mərhələsi və ya fazasının sonunda dəyəri hesablamaq üçün imkan verir. Bu üsul kimyəvi, pambıq, qida sənayesi və s. sahələrdə kütləvi istehsal sahələrinin müəssisələrində tətbiq olunur;

- **normativ metod** vasitəsilə xərclər müəssisədə mövcud olan istehlak normaları üzrə hesablanır, bu da istehsalda əldə edilmiş və istifadə olunan maddi resursların maksimal qiymətini göstərir;

- **sort üsulu** – maya dəyəri məhsulun hər bir növü, tipi və sortu üzrə hesablanır. Bu metod istehsal olunan məhsulun nomenklaturasının və çeşidinin böyük miqdarda olduğu sahələrdə tətbiq edilir. Məsələn, qida, yüngül və toxuculuq sənayesi üçün xarakterikdir.

Əsas fondlar anlayışı, onların təsnifatı

Müəssisənin fondları – bu və ya digər nemətlərin və istehsal amillərinin ehtiyatıdır, hansılar ki, onun mülkiyyətində müəyyən vaxt intervalında var. İstehsal prosesində fondların bir hissəsi malların və xidmətlərin bilavasitə yaradılmasına xidmət edir, digər hissəsi isə istehsal vasitəsidir və ya müəssisənin fəaliyyətinin əsasıdır. *Bununla əlaqədar olaraq iki növ fond fərqlənir.*

Əsas fondlar – müəssisənin bütün istehsal fondlarının müəssisə hissəsidir, hansılar ki, maddi cəhətdən əmək vasitələrində təcəssüm edilmişdir. Əsas fondlar istehsal prosesinin müddəti və tezliyindən asılı olmayaraq uzun müddət ərzində öz təbii formasını saxlayırlar, onlar hazır məhsullara öz dəyərini hissə-hissə köçürürlər və müvafiq olaraq yalnız bir neçə istehsal dövrünün keçirilməsindən sonra kompensasiya olunurlar.

Onların dəyəri amortizasiya fondunun yığılması hesabına amortizasiya ayırmaları formasında qaytarılır. Müəssisənin əsas fondları istehsalatda iştirak rolundan asılı olaraq 2 böyük qrupa bölünür.

1. Əsas istehsal fondları bilavasitə istehsalatda iştirak edir və ya onun keçirilməsi üçün əlverişli şərait yaradır.

Əsas istehsal fondları aşağıdakıları əhatə edir:

- *bina;*

- *tikililər;*

- *ötürücü qurğular;*
- *maşın və avadanlıqlar;*
- *nəqliyyat vasitələri;*
- *köməkçi sexlərin alətləri və qurğuları;*
- *istehsalat və təsərrüfat avadanlıqları;*
- *torpaq sahələri;*
- *digər əsas istehsal fondları.*

İstehsal prosesində iştirak dərəcəsiindən asılı olaraq əsas istehsal fondları aktiv (məhsul hazırlayan maşın və avadanlıq) və passiv (bina və qurğular) olur.

Əsas istehsal fondlarının strukturu – bütün əsas istehsal fondları qruplarının faizlə ifadə olunan ümumi dəyərindəki nisbəti-dir. Əsas istehsal fondları strukturunu bilmək böyük praktiki əhəmiyyətə malikdir, çünki müəssisənin mühüm istehsal xüsusiyyətlərini və fəaliyyətinin effektivliyini müəyyən etməyə imkan verir.

2. Əsas qeyri-istehsal fondlarına birbaşa müəssisənin balansında olan məişət və mədəniyyət təyinatlı obyektlər daxildir. Bunlara tibb müəssisələri, uşaq məktəbəqədər müəssisələri (uşaq bağçaları), məişət evləri, mədəniyyət sarayları və s. daxildir.

Bir qayda olaraq, onlar birbaşa bu müəssisənin və ya təşkilatın əməkdaşları üçün yaradılır. Əsas qeyri-istehsal fondları iş yerlərinin cəlbədiciliyini təmin edir, yəni firma (təşkilat) işçi heyətinin sosial təminatı və dəstəklənməsi ilə fəal məşğul olur.

Köhnəlmə anlayışı

Köhnəlmə – əsas istehsal fondlarının faydalılığının və ilkin dəyərinin itirilməsi prosesidir. Əsas istehsal fondlarının köhnəlməsinin 2 növü var:

1. Fiziki köhnəlmə – əsas fondların istismarı prosesində maddi xüsusiyyətlərin, yəni kapital resurslarının istehlak keyfiyyətlərinin itirilməsidir. Başqa sözlə, əmək prosesinin, təbii qüvvələrin (məsələn, metalın korroziyası) təsiri altında və ya onlardan istifadə edilməməsi nəticəsində baş verən əsas fondların texniki-iqtisadi xüsusiyyətlərinin pisləşməsi prosesidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, fiziki köhnəlmənin iki əsas növü mövcuddur:

- *birinci dərəcəli fiziki köhnəlmə*;

- *ikinci dərəcəli fiziki köhnəlmə*.

Birinci dərəcəli fiziki köhnəlmə birbaşa istehsalın sürətindən asılıdır və dəyişkən xərclər kimi hesablanır. İstehsal prosesində əsas istehsal fondlarının müntəzəm istifadəsi vaxt keçdikcə onları köhnəldir, gələcək istifadə üçün az faydalı və yararsız edir. Bu cür köhnəlmə tamamilə normal və qaçılmaz bir haldır ki, müəssisə öz fəaliyyəti prosesində onunla qarşılaşır.

İkinci dərəcəli fiziki köhnəlmə hər hansı səbəbdən istehsala buraxılmayan istehsal fondlarının dağılma dərəcəsini müəyyən edir (yəni avadanlığın durğunluğu nəticəsində) və ya son dərəcə səmərəsiz istifadə olunur. Beləliklə, ikinci dərəcəli fiziki köhnəlmə istehsal miqyasına bağlı deyil, istifadə edilməmiş fondların miqdarından asılıdır. Bunlar firmanın daimi xərcləridir. Bu cür xərclər mənfi təsir göstərir və müəssisənin istehsal və fəaliyyətinin effektivliyini əhəmiyyətli dərəcədə azalda bilər.

2. Mənəvi köhnəlmə – xidmət müddətinin bitməsinə qədər əsas istehsal fondların dəyərinin azaldılması. Köhnəlmənin bu forması olduqca obyektiv səbəblərdən yaranır:

- əsas istehsal fondların qiyməti daha müasir istehsal və iqtisadi dəzgahların və maşınların yaranması nəticəsində düşə bilər. Yeni texnologiyaların yaranması ilə əvvəlki əmək vasitələri öz faydalılığını itirir və dövrüydən çıxır, texnoloji cəhətdən daha mükəmməl avadanlıqlarla əvəz olunur. Ümumiyyətlə, bu, istehsalın səmərəliliyinin artırılmasına gətirib çıxarır, lakin eyni zamanda avadanlıqların dəyişdirilməsi əvvəlcədən müəyyən edilmiş müddət ərzində baş verdiyindən, onun xərclərini artırır;

- istehsal amillərinin bazarında qiymətlərin azalması da əsas istehsal fondların mənəvi köhnəlməsinə səbəb ola bilər. Məsələn, daşınmaz əmlak bazarında istehlak tələbinin düşməsi nəticəsində mənzillərə nisbi qiymətlərin azalması müşahidə ediləcək. Nəticədə, tikinti təşkilatlarının işi rentabelli olmur, çünki tikinti xərcləri məsrəflərdən artıq ola bilər. Amma bu proses tikinti avadanlıqlarının (kranların) faydalı xüsusiyyətlərinin itirilməsi ilə heç bir əlaqəsi yoxdur.

Beləliklə, mənəvi köhnəlmə fiziki köhnəlmə kimi ikinci dərəcəli daimi xərclərə aid edilməlidir, çünki o da buraxılan məhsulun həcmindən asılı deyil.

Amortizasiya anlayışı və onun norması

Amortizasiya – yeni fondların alınması və mövcud fondların bərpası üçün vəsaitlərin yığılması məqsədi ilə istehsal olunan məhsullara əsas istehsal fondlarının dəyərinin daimi köçürülməsi prosesidir. Kapital nemətləri uzun müddət ərzində tətbiq edilir, buna görə də onların dəyəri istehsal olunan mallara köhnəldikcə, əlbəttə, firma hər istehsal dövründən sonra xərcləri ödəyə bilmir, lakin avadanlığın modernləşdirilməsinə vəsait xərcləyə bilər. Bu məqsədlər üçün müəssisənin mənfəətindən müntəzəm ayırmalar yolu ilə amortizasiya fondu yaradılır.

"Amortizasiya" termini ikili mənaya malikdir. Bir tərəfdən, amortizasiya əsas istehsal fondlarının ümumi həcminə nisbətə faizlə ifadə edilən əsas istehsal fondlarının köhnəlmə miqdarıdır. Digər tərəfdən, amortizasiya köhnəlmə və ya köhnəlmiş kapital nemətlərinin təkrar istehsalı üçün lazım olan pul vəsaitlərinin miqdarı ilə bağlı yığımların məbləği kimi təqdim edilir. Amortizasiyanın pul ifadəsi - müəyyən bir müddət ərzində amortizasiya ayırmalarının miqdarıdır. "İllik amortizasiya" termini xüsusi yayılıb. Ekspertlər bu göstəricini aşağıdakı düstur əsasında hesablayırlar:

$$A_i = (F_b - F_l) / T_i;$$

Burada:

A_i - illik amortizasiya ayırmalarının məbləği; **F_b** - müəssisənin balansında olan əsas istehsal fondlarının dəyəri; **F_l** - əsas istehsal fondlarının dəyəri, hansılar ki, ötən müddət ərzində ləğv edilmişdir (il); **T_i** - əsas istehsal fondlarının mümkün istismar müddəti.

Amortizasiya fondunun yaradılması müəssisələrin özlərinin könüllü qərarıdır, lakin dövlət amortizasiya normalarını müstəqil müəyyən etməklə bu prosesi tənzimləyir. Məsələn, ondadır ki, bu normalar dövlətin büdcəsinə gəlir formasında aldığı mənfəət vergisinin məbləğini bu və ya digər şəkildə müəyyən edir.

Amortizasiya norması (**AN**) illik amortizasiya norması və

əsas istehsal fondlarının balans dəyərinin nisbəti kimi müəyyən edilən nisbi göstəricidir:

$$AN = (A_i / F_b) \times 100\%.$$

Müəssisələr, bir qayda olaraq, amortizasiya ayırmalarının məbləğini özləri müəyyən edirlər. Bu göstərici əsas vəsaitlərin dəyərinin tam ödəniləcəyi vaxt intervalını müəyyən edir. Amortizasiya normalarının tənzimlənməsi ciddi məsələdir.

Azaldılmış amortizasiya normaları texniki tərəqqini dayandırır və istehsal vasitələrinin dəyişdirilməsi prosesini ləngidir. Köhnəlmiş avadanlıq xərcləri minimuma endirməyə imkan vermir və bazarda firmanın rəqabət qabiliyyətini azaldır. Şişirdilmiş normalar, əksinə, avadanlıqların intensiv dəyişməsi ilə xarakterizə olunur ki, bu da əmək vahidinin məhsuldarlığını artırır. Lakin bu, xərclərin təbii artım prosesinə səbəb olur ki, bu da bütövlükdə müəssisənin qısamüddətli dövrdə gəlirliliyini azaldır.

Amortizasiyanın hesablanması metodları

Amortizasiya hesablanması əsas üsulları aşağıdakılar hesab edilir [39]:

1. Xətti üsul kapital aktivinin dəyərinin istismar müddəti ərzində bütün məsrəflər kompleksinə bərabər şəkildə köçürülməsini təşkil edir:

$$A_i = F_b / T_i$$

Bu metod binalar, qurğular, ötürücü qurğular, qeyri-istehsal avadanlıqları (laboratoriyanın ölçü cihazları və s.) üzrə amortizasiyanın hesablanması üçün istifadə olunur. Köhnəlmə dəyərinin müəyyən edilməsinin bu metodunun müsbət cəhəti, şübhəsiz ki, hesablamanın əyanilik və sadəliyidir. Lakin xətti metodun bir neçə mənfi tərəfi var: avadanlığın istismar müddəti ərzində onun boşluqları olur, nə vaxt ki, o, faktiki olaraq istehsal tsiklindən çıxır. Beləliklə, əsas fondlar qeyri-bərabər şəkildə köhnəlirlər, buna görə də müxtəlif dövrlərdə amortizasiya ayırmaları fərqləndirilmiş miqdarları təşkil etməlidir və bu düstur tətbiq edilə bilməz;

- yeni texnologiyaların və avadanlıqların tətbiqi nəticəsində yaranmış əsas fondun mənəvi köhnəlməsinin uçotu burada yoxdur.

Bunun nəticəsində köhnəlmiş maşın və avadanlıqlar istehsal-

dan çıxarılır və "yarımçıq amortizasiya" (YA) anlayışı yaranır:

$$YA = (Fq + XI) - FI;$$

Burada:

Fq - əsas fondların qalıq dəyəri; **XI** - köhnəlmiş əsas fondların ləğvi ilə bağlı xərclər; **FI** - ləğvetmə dəyəri, real inflyasiya templəri nəzərə alınmır.

2. Xətti metodun çatışmazlıqlarını aradan qaldırmaq üçün **sürətləndirilmiş amortizasiya metodu** işlənmişdir. Amortizasiya ayırmalarının bu üsulu əsas istehsal fondlarının bütün dəyərinin təxminən 60-75%-ni yalnız onların xidmət müddətinin yarısı üçün ödəməyə imkan verir, halbuki xətti metodda bu göstərici 50%-dir. Sürətləndirilmiş amortizasiya metodu həm də azaldılmış qalıq metodu adlanır və bu, sürətli fiziki və ya mənəvi köhnəlməyə meyilli avadanlıqların amortizasiyası üçün istifadə olunur.

3. Kumulyativ metod - sürətləndirilmiş amortizasiyanın növlərindən biridir, hansı ki, demək olar ki, ilk 3 il ərzində qiymətin 80%-ə qədərini silməyə icazə verir.

$$A = (Ti - m + 1) Fb / S,$$

Burada:

m - hesablanması gedən ilin sıra nömrəsi; **S** - xidmət müddəti illərinin məbləği; **A** - amortizasiya.

4. İstehsal üsulu. Burada amortizasiya ayırmalarının məbləği, əsasən, buraxılan məhsulun həcmindən asılıdır. Faktiki buraxılış məbləği əsasında aylıq hesablanır. Bu metod o halda rahatdır ki, məhsulun konkret həcmnin istehsalı üçün nəzərdə tutulmuş əsas istehsal fondlarının dəyəri silinir (məsələn, istismarı yürüşün miqdarı ilə məhdudlaşdırılan nəqliyyat vasitələrinin amortizasiyası üçün).

Sürətli amortizasiya və əsas kapitalın yenilənməsi problemi

Sürətli amortizasiya şəklində amortizasiyanın hesablanması üçün qeyri-xətti metod şişirdilmiş normalar ilə xarakterizə olunur ki, bu da ümumi olaraq əsas istehsal fondlarının əvəz edilməsi prosesini sürətləndirir. Lakin qısamüddətli dövrdə amortizasiya ayırmalarının bu cür şişirdilməsi xərclərin artması ilə müşayiət olunur ki, bu da müəssisənin rentabelliğini əhəmiyyətli dərəcədə azaldır.

Belə hesab edilir ki, inkişaf etmiş dövlətlərdə amortizasiya normasını mülayim dərəcədə artırırırlar, yəni sürətli amortizasiya siyasətini yürüdürlər. Məsələn, xidmət müddəti 7 il olan əsas fondların (maşın və avadanlıqların) dəyərini dövlət tərəfindən, demək olar ki, 5 il ərzində silinməsi təklif olunur. Bu siyasətin məqsədi iqtisadiyyatda investisiya mühitinin artırılması və birbaşa əsas fondlara investisiyaların stimullaşdırılmasıdır. Bu da o deməkdir ki, investisiyalar bilavasitə avadanlığın yenilənməsinə xərclənən amortizasiya fondunun həcmindən asılıdır.

Beləliklə, əlavə investisiyalara ehtiyacı olan ölkələr üçün sürətli amortizasiya müəssisələrin maliyyə inkişafının artması imkanlıdır. Lakin hələlik əsas istehsal fondlarının dəyərini silinməsinin qeyri-xətti üsulu bütün müəssisələrdə tətbiq edilmir, çünki bu, məsrəflərin artmasına və nəticədə hazır malların və xidmətlərin qiymətlərinin ümumi səviyyəsinin yüksəlməsinə səbəb olur.

Əsas kapitalın yeniləşdirilməsi problemi müəssisənin üzləşə biləcəyi əsas problemlərdən biridir. Köhnəlmiş avadanlıq kapital ehtiyatlarından istifadənin səmərəsini əhəmiyyətli dərəcədə azaldır ki, bu da orta xərclərin artmasına səbəb olur. Bundan əlavə, texnoloji cəhətdən təkmil avadanlıqların istifadəsi yüksək enerji və istehsal amillərinin (xammal və əmək ehtiyatları) miqdarı ilə müşayiət olunur.

Buraxılış həcmələrini maksimuma çatdırmaq məqsədi daşıyan məhdud resurs iqtisadiyyatı üçün köhnəlmiş avadanlığın nadir dəyişməsi səciyyəvidir, yəni hətta silinmiş əsas fondlar istehsal prosesində iştirak etməyə davam edir. Bundan əlavə, mənəvi köhnəlmə miqdarı nəzərə alınmır. Elm və texnikanın nailiyyətləri istehsala tətbiq edilmir ki, bu da əsas kapitalın yeniləşdirilməsi prosesini ləngidir. Yuxarıda təsvir edilən vəziyyət birbaşa keçmiş SSRİ-nin planlı iqtisadiyyatı üçün xarakterik idi.

Keçmiş SSRİ-nin bəzi respublikaları, misal üçün 1997-ci ildə Rusiya, kapital ehtiyatlarını yenidən qiymətləndirərək, onların dəyərini artırmışdır. Əslində, bu, amortizasiya ayırmalarının artmasına səbəb olmalı idi. Amma ayrı-ayrı müəssisələrin vəziyyəti o qədər ağır idi ki, onların əldə etdikləri gəlir hətta resursların sadə

şəkildə bərpaasını təmin edə bilmirdi, onların əldə edilməsinə vəsait çatmırdı.

Bu halda amortizasiya yalnız firmaları müflis edərək xərcləri artırdı və nəticədə onlar yardım üçün dövlətə ayırmaların dayandırılması xahişi ilə müraciət etməyə məcbur oldular. Beləliklə, maliyyə qeyri-sabitliyi və riskə meylinin amortizasiyanı əngəllədiyi qənaətinə gəlmək olar.

Dövriyyə fondları anlayışı, onların strukturu

Müəssisənin dövriyyə fondları bir istehsal dövrü ərzində tamamilə istehlak edilən istehsal fondlarıdır. Nəticədə, onlar təbii-maddi formalarını dəyişir və öz dəyərini hazır malların və xidmətlərin dəyərinə tamamilə köçürürlər. Başqa sözlə, dövriyyə fondları-xammal, istehsal amilləri (kapital, torpaq və işçi qüvvəsi), həmçinin yeni məhsulun yaradılmasına xərclənən pul vəsaitləridir. Əsas fondlardan fərqli olaraq, onlar istehsalın maddi əsasını təşkil edirlər. Hər istehsal tsiklinin sonunda xərclərin tam kompensasiya edilməsi çox rahatdır. Bu o deməkdir ki, mallar satıldıqca təkcə bütün məsrəflər deyil, həm də bu dövr üçün xərclənən istehsal amillərinin dəyəri də ödənilir. Beləliklə, hazır məhsulun dəyərində dövriyyə fondlarının ödənilməsinin tam məbləği belə fondlar üçün hər bir dövriyyə (tsikl) istehsalın tam mərhələsini təşkil edir, bundan sonra istifadə olunan vəsaitlər bərpa olunmur, istehsala isə başqaları cəlb olunur.

Dövriyyə fondlarının strukturu aşağıdakı elementlərlə təmsil olunur:

- hazır məhsulun istehsalı üçün bilavasitə lazım olan xammal və əsas materiallar, fondların ümumi həcmində onların xüsusi çəkisi təxminən 30% təşkil edir.

Başqa sözlə, bu, istifadəyə yararlı malların və xidmətlərin ilk mənbəyidir;

- yardımçı materiallar kompleksi (məsələn, əsas fondların normal fəaliyyəti üçün lazım olan sürtkü yağları);

- yanacaq və elektrik enerjisi ilə təmin edən avadanlığın işləməsinə, hazır məhsul istehsal edən və ya onun tərkib hissələri;

- yarımfabrikat məhsulları, həmçinin öz istehsalı olan yarım-

fabrikatlar;

- avadanlıqların cari təmiri üçün ehtiyat hissələri (bir qayda olaraq, dövriyyə fondlarının strukturunda 3-4% təşkil edir);

- köməkçi təsərrüfatın məhsulları (məsələn, malların və xidmətlərin qablaşdırılması, çatdırılması və yüklənməsi üçün lazım olan tara və qablaşdırma materialları);

- az qiymətli və tez köhnələn əmək predmetləri. Onlara 1 ildən az müddət ərzində xidmət alətləri daxildir.

Müəssisənin dövriyyə fondlarının strukturu aşağıdakı amillərdən birbaşa asılıdır:

- struktur elementlərindən hər birinin xüsusi çəkisini müəyyən edən müəssisənin sahə mənsubiyyəti;

- istehsal prosesinin təşkilinin təbiəti və xüsusiyyətləri;

- məhsulların təchizat və satış şərtləri;

- istehlakçı və təchizatçılar ilə hesablaşmaların təbiəti və xüsusiyyətləri.

İstehsal ehtiyatları, onların azaldılması yolları

Müəssisədə ehtiyatların tərkibində əhəmiyyətli hissəsini müəssisənin anbarlarında olan və istehsal istehlakı üçün nəzərdə tutulan, lakin hələ istehsal prosesinə daxil olmayan istehsal ehtiyatları, yəni xammal, material və yanacaq təşkil edir. İstehsal ehtiyatlarının formalaşmasının səbəblərindən asılı olaraq onların aşağıdakı təsnifatı mövcuddur:

1. Cari ehtiyatlar, yəni maddi resurslarda cari istehsal istehlakını bu ehtiyatların növbəti iki mədaxili arasında fasiləsiz təmin etməli olan ehtiyatlar;

2. Gözlənilməz hallar zamanı yaradılmış sığorta ehtiyatları;

3. Xammala işləyən, istehsalı və ya tədarükü mövsümi xarakter daşıyan müəssisələrdə təşkil olunan mövsümi ehtiyatlar;

4. Maddi ehtiyatların daha bir növü mövcuddur-yarımqıç istehsal, yəni məhsulun istehsalına başlanılıb, amma hələ bitməyib və ya həmin müəssisənin daxilində istehsalın müəyyən mərhələsində emaldan keçir;

5. Hazır məhsulların ehtiyatları da mövcuddur-satış və istehlak üçün hazır olan tamamlanmış mallar və xidmətlər.

İstehsal ehtiyatlarının azaldılmasının əsas yolları

Daxili amillər

1. İstehsal üçün lazım olan xammal və materialların miqdarının rəşional istifadəsi;

2. Yaxın vaxtlarda istehsal dövriyyəsinə cəlb olunmayan materialların normadan artıq ehtiyatlarını ləğv edilməsi. Ehtiyatların həddindən artıq saxlanması, xüsusilə də ölkədə faiz dərəcələrinin yüksək səviyyədə olması, baha başa gəlir və müəssisənin ümumi xərclərini artırır.

3. Sex və ya anbarlara xammal və materialların vaxtında çatdırılmasını ehtiva edən təchizatın təşkilinin yaxşılaşdırılması;

4. Təchizatçılardan optimal seçimi;

5. Müəssisənin balansında olan xammal və materialların daşınması vasitəsilə istehsala xidmət edən nəqliyyatın nizama salınmış fəaliyyəti və ya təchizat vasitəsilə hazır məhsulun realizə edilməsi;

6. İstehsalın normallaşdırılmasının təkmilləşdirilməsi;

7. Anbar təsərrüfatının təşkilinin yaxşılaşdırılması.

Xarici amillər

1. Ümumi iqtisadi vəziyyət. Tələb və təklif strukturunda disbalansla müşayiət olunan makroiqtisadi qeyri-sabitlik, faiz dərəcələrinin dinamikası və qiymətlərin səviyyəsi-bütün bunlar ehtiyatların saxlanılmasını ya bahalı, ya da zəruri edə bilər. Belə olan halda anbar təsərrüfatının təşkilində iqtisadiyyatın vəziyyətinə istiqamətlənmək lazımdır;

2. Vergi qanunvericiliyinin xüsusiyyətləri;

3. Kreditin alınması şərtləri;

4. Məqsədli (dövlət) maliyyələşdirmə imkanları.

Dövriyyə fondlarından istifadənin göstəriciləri

Dövriyyə fondlarından istifadənin göstəriciləri vasitəsilə dövriyyə istehsal fondlarından istifadə prosesini xarakterizə etmək olar. Bunlara aiddir:

1. Dövrətmə əmsalı (Əd) - vəsaitlərin müəyyən bir müddət ərzində nə qədər dövriyyə etdiyini göstərir.

$$\text{Əd} = \text{SM} / \text{Qo};$$

Burada:

SM - satılan məhsulların həcmi, manatla; **Qo** - xammal və materialların orta qalıq dəyəri.

Başqa sözlə, bu göstərici ilkin xammal və materialların 1 manata düşən hazır və artıq satılmış məhsulların sayını xarakterizə edir.

Müvafiq olaraq, bu əmsal nə qədər yüksək olarsa, dövriyyə fondları müəssisədə bir o qədər də səmərəli istifadə olunur. Əgər dövretmə əmsalı aşağı düşməsi, bu, SM göstəricisinin azalması və Qo artımının nəticəsində baş verir. Deməli, məhsulun hər əlavə vahidinin hazırlanmasına daha çox dövriyyə fondları xərclənəcək.

2. Bir dövriyyənin müddəti (M) - bir istehsal dövrünün həyata keçirilməsinə sərf olunan vaxtın miqdarını xarakterizə edir.

$$M = G_s / \Delta d;$$

Burada:

G_s - günlərin ümumi sayıdır.

Beləliklə, dövriyyə fondlarından səmərəli istifadə edildikdə və Δd göstəricisi artdıqda 1 dövriyyə müddəti müvafiq olaraq azalır.

İstehsal fondlarının bir dövriyyəsinin həyata keçirilməsinə nə qədər az vaxt sərf olunursa, o qədər tez-tez onlar (dövriyyə) vaxtın ən az xərcləri ilə dövr edir və o qədər çox hazır məhsul istehsal edilə bilər. Beləliklə, dövriyyənin müddəti dövriyyə əmsalı ilə tərs mütənasibdir.

3. Xammal və materialların xərcinin xüsusi çəkisi (Xç) - məhsulun 1 vahidinin istehsalına sərf olunan materialların (dövriyyə fondlarının) ümumi sayı:

$$Xç = M / q;$$

Burada:

M - təbii vahidlərdə materialların sərfinin ümumi məbləği; **q** - istehsal olunan məhsul vahidinin miqdarı, ədədlə.

Əgər müəssisə sürətlə inkişaf edirsə və səmərəli fəaliyyət göstərirsə, onun üçün bu göstərici azalacaqdır. Xammal xərcinin xüsusi çəkisi nə qədər az olarsa, digər bərabər şərtlər daxilində və müəyyən dövriyyə fondlarının müəyyən edilmiş məbləğində mal

və xidmətlərin həcmi bir o qədər çox olacaq.

4. Material tutumu (Mt) - məhsulun bir hissəsinin hazırlanmasına xərclənən maddi resursların dəyərini göstərir.

$$Mt = R_{fx} / Q;$$

Burada:

R_{fx} - resursların faktiki xərcləri, manatla; **Q** - pul ifadəsində malların və xidmətlərin bütöv həcmi.

6.5. Firmanın gəlirləri və mənfəəti. Mənfəətin bölgüsü prosesi

Firmanın ümumi, orta və son hədd gəliri

İqtisadi nəzəriyyədə ümumi, orta və hədd gəlirləri fərqləndirir.

Ümumi (məcmu) gəlir (TR) – istehsal etdiyi məhsulun satışı nəticəsində firma tərəfindən əldə edilən pul vəsaitinin ümumi məbləğidir. Satılan vahidlərin miqdarını malın qiymətinə vurmaqla müəyyən edilir:

$$TR = P \cdot Q;$$

Burada:

P - mal vahidinin qiyməti; **Q** - satılan məhsul vahidlərinin miqdarı.

Digər bərabər şərtlərdə ümumi (məcmu) gəlirin məbləği satış həcmi və satış qiymətlərindən asılıdır.

Orta gəlir (AR) - satılmış məhsul vahidinə düşən pul mədaxilinin miqdarıdır. Bu, ümumi gəlirin satılan malların vahidlərinin miqdarına bölünməsi ilə müəyyən edilir:

$$AR = TR / Q$$

Orta gəlirin hesablanması, adətən, hər hansı bir vaxt intervalı ərzində, firma tərəfindən buraxılan məhsulun çeşidinin və ya bir çox malların və ya xidmətlərin ibarət olduğu hallarda dəyişkən qiymətlərlə tətbiq edilir.

Son hədd gəliri (MR) – məhsul buraxılışının bir əlavə vahid üzrə artması nəticəsində müəssisənin ümumi gəlirinin dəyişilməsidir. MR ümumi gəlir artımının ΔTR məhsul həcmnin artması ΔQ nisbəti ilə müəyyən edilir:

$$MR = \Delta TR / \Delta Q;$$

Burada:

ΔTR - əlavə məhsul vahidinin satışı nəticəsində ümumi (məcmu) gəlirin artımı; ΔQ - məhsul vahidinə istehsal həcmnin və realizə edilməsinin artımı.

Mənfəət, istehsal vasitələrindən, maddi, əmək və maliyyə resurslarından istifadənin səmərəliliyini xarakterizə edən təşkilatın fəaliyyətinin ən mühüm keyfiyyət göstəricisidir.

Normal mənfəət

Bu, sahibkarlıq istedadından istifadə etməkdən gəliridir. Firmanın ümumi (məcmu) gəlirləri ümumi iqtisadi xərclərə bərabər olduqda normal mənfəət yaranır. Bu şəraitdə firmanın iqtisadi mənfəəti sifirə bərabərdir. Normal mənfəət sahibkarı bu fəaliyyət sahəsində saxlamaq üçün lazımdır.

Təmiz (xalis) iqtisadi mənfəət - ümumi gəlir və istehsalçının təxirə salınmış xərcləri (mühasibat uçotu üçün əlavə, mühasibatlıqda nəzərə alınmayan), onun imkanlarını itirdiyi xərcləri əhatə edən, xərclər arasındakı fərkdir. Təmiz (xalis) iqtisadi mənfəət hesablanmış mühasibat mənfəəti ilə təxirə salınmış xərclər arasındakı fərq kimi hesablanır.

Müəssisənin mənfəətinin bölüşdürülməsi və istifadəsi

Mənfəətin bölüşdürülməsi və istifadəsi həm sahibkarların tələbatının ödənilməsini, həm də dövlət gəlirlərinin formalaşmasını təmin edən mühüm təsərrüfat prosesidir. Mənfəətin bölüşdürülməsi dedikdə, mənfəət vergisinin ödənilməsi və müəssisədə istifadə maddələri ilə mənfəətin büdcəyə yönəldilməsi başa düşülür. Qanuni olaraq mənfəətin bölüşdürülməsi büdcəyə mənfəət vergisi şəklində daxil olan hissəsində tənzimlənir. Mənfəət vergisi ödənildikdən sonra müəssisənin sərəncamında qalan mənfəətin xərclənməsi istiqamətlərinin müəyyən edilməsi onun istifadə maddələrinin strukturu işlənmiş dividend siyasəti əsasında, nizamnamə və təsis müqaviləsi də daxil olmaqla, müəssisənin daxili müddəalarına uyğun olaraq həyata keçirilir.

Həm bazar münasibətlərinə keçməzdən əvvəl, həm də onun inkişaf etdiyi şəraitdə mənfəətin bölüşdürülməsinin ən mühüm prob-

lemlərindən biri büdcənin gəlirlərində yığılan mənfəətin bir hissəsinin və müəssisənin sərəncamında qalan hissəsinin optimal nisbətidir. İqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış mənfəətin bölüşdürülməsi sistemi dövlət qarşısında maliyyə öhdəliklərinin yerinə yetirilməsinə zəmanət verməli, müəssisə və təşkilatların istehsal, maddi və sosial ehtiyaclarını maksimum təmin etməlidir. Vergi ödənildikdən sonra müəssisənin sərəncamında qalan mənfəət onun tələbatının çox məqsədli şəkildə maliyyələşdirilməsini təmin edir. Heç bir orqanın, o cümlədən dövlətin müəssisənin mənfəətindən istifadə prosesinə müdaxilə etmək hüququ yoxdur. Müəssisənin sərəncamında qalan bütün mənfəət iki əsaslı fərqli hissəyə bölünür. Birincisi, müəssisənin əmlakının artdığını və yığım prosesini göstərir. İkinci istifadə yeni əmlakın formalaşmasına gətirib çıxarmır və istehlakda istifadə olunan mənfəətin payını xarakterizə edir. Yığım və istehlak üçün mənfəətin bölüşdürülməsi nisbətləri müəssisənin inkişaf perspektivlərini müəyyən edir. Əgər mənfəət istehlaka xərclənmirsə, o, müəssisədə əvvəlki illərin bölüşdürülməmiş mənfəəti kimi qalır və müəssisənin öz kapitalının həcmi artırır. Bölüşdürülməmiş mənfəətin mövcudluğu müəssisənin maliyyə sabitliyini artırır, sonrakı inkişaf üçün mənbənin mövcudluğunu göstərir.

Mənfəətdən maliyyələşdirilən xərclərin smetasına istehsalın inkişafı, əmək kollektivinin sosial ehtiyacları, işçilərin maddi təşviqi xərcləri daxildir.

İstehsalın inkişafı xərcləri aşağıdakı tədbirlərin maliyyələşdirilməsini nəzərdə tutur:

- yeni məhsul növlərinin və texnoloji proseslərin işlənilib hazırlanması və mənimsənilməsi;
- texnologiyanın təkmilləşdirilməsi və istehsalın təşkili, avadanlığın modernləşdirilməsi üzrə məsrəflər;
- mövcud istehsalın texniki cəhətdən yenidən qurulması, modernləşdirilməsi, müəssisələrin genişləndirilməsi ilə bağlı xərclər.

Xalis mənfəət müəssisənin öz dövriyyə vəsaitlərinin artırılması mənbəyidir. Təsisçilərin digər müəssisələrin nizamnamə kapitalının yaradılmasına yatırımları kimi mənfəətdən qoyuluşlar, müəssisənin daxil olduğu ittifaqlara, assosiasiyalara, konsernlərə

köçürülən vəsaitlər də istehsalın inkişafı üçün mənfəətdən istifadə hesab edilir.

İstehsal inkişafının maliyyələşdirilməsi ilə yanaşı, müəssisənin sərəncamında qalan mənfəət sosial ehtiyacların ödənilməsinə yönəldilir. Sosial ehtiyaclar üçün mənfəətdən istifadə müəssisənin balansında olan sosial-məişət obyektlərinin istismarına, qeyri-istehsal təyinatlı obyektlərin tikintisinin maliyyələşdirilməsinə, köməkçi kənd təsərrüfatının təşkilinə və inkişafına, sağlamlaşdırma, mədəni-kütləvi tədbirlərin keçirilməsinə və s. daxildir.

Maddi həvəsləndirmə xərcləri xüsusilə mühüm istehsal tapşırıqlarının yerinə yetirilməsi, yeni texnikanın yaradılması, mənim-sənilməsi və tətbiqi üçün mükafatların ödənilməsi, fəhlələrə və işçilərə maddi yardım göstərilməsi xərcləri, pensiyaya çıxan əmək veteranlarına birdəfəlik müavinətlər, pensiyalara əlavələr edilməsi üçün birdəfəlik mükafatların ödənilməsinə nəzərdə tutur. Əlavə məzuniyyətlərin ödənilməsi xərcləri qanunla müəyyən edilmiş müddətdən artıq ödənilir, yaşayış maliyyələşdirilir, maddi yardım göstərilir. Müəssisənin sərəncamında qalan mənfəət yalnız istehsal və sosial inkişafın, həmçinin maddi təşviqatın, müəssisənin qüvvədə olan qanunvericiliyini pozması halında – müxtəlif cərimələrin və sanksiyaların ödənilməsinə maliyyə mənbəyi kimi xidmət edir. Belə ki, təmiz mənfəətdən ətraf mühitin, sanitariya normalarından və qaydalarından qorunması tələbinə əməl edilmədikdə cərimələr ödənilir. Məhsulun (işin, xidmətin) xalis mənfəətindən tənzimlənən qiymətlər artdıqda müəssisə tərəfindən qanunsuz əldə edilmiş mənfəət tutulur. Mənfəət vergidən gizlədildiyi hallarda, ödənilmə mənbəyi xalis mənfəət olan cərimə sanksiyaları tutulur. Beləliklə, bazar iqtisadiyyatı zamanı müəssisə və təşkilatların təsərrüfat inkişafını stimullaşdıran xalis mənfəətin mövcudluğu onların kommersiya fəaliyyətinin daha da möhkəmləndirilməsi və genişləndirilməsi üçün mühüm amildir [41].

Rentabellik – mahiyyəti və məzmunu

Müəssisə fəaliyyət göstərən zaman onun əsas məqsədi - maksimum mənfəət əldə etməkdir. Lakin mənfəətdən əlavə elə bir göstərici mövcuddur ki, o, müəssisənin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyəti

yətini daha dəqiq xarakterizə edir. Bu göstərici – **rentabellikdir**.

Rentabellik istehsalın səmərəliliyinin nisbi göstəricisidir. Ümumiyyətlə, mənfəətin xərclərə nisbəti kimi hesablanır, yəni mənfəət normasıdır. Sözün geniş mənasında, rentabellik anlayışı mənfəətlilik deməkdir. Rentabelliyn iqtisadi mahiyyəti bu və ya digər göstəricinin məzmunu xarakteristikası ilə daha yaxşı açılır. Lakin onların ümumi mənası – bir manat kapital qoyuluşundan mənfəət məbləğinin müəyyən edilməsidir. Bunlar nisbi göstərici olduğuna görə əsasən təsir və inflyasiyaya məruz qalmırlar.

Aşağıdakı rentabellik qrupları fərqlənir:

1) **iqtisadi rentabellik** (əmlak aktivlərinin və onların elementlərinin rentabellik göstəricilərini əks etdirir);

2) **maliyyə rentabelliği** (kapitalın, vəsait mənbələrini və onların elementlərinin rentabellik göstəricilərini əks etdirir);

3) **istehsal rentabelliği** (məhsul istehsalının rentabelliğini əks etdirir).

1) **İqtisadi rentabellik** - müəssisənin əmlak elementlərindən, ayrı-ayrı aktivlərdən və bütövlükdə aktivlərdən istifadənin səmərəliliğini xarakterizə edir.

İqtisadi rentabelliğın növləri aşağıdakılardır:

a) *əmlakın (aktivlərin) rentabelliği*. *Əmlakın (aktivlərin) rentabelliği* aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$R_{\text{ə}} = \text{BM} : \text{Aoid};$$

Burada:

R_ə - əmlakın (aktivlərin) rentabelliği; **BM** - balans mənfəəti; **Aoid** - aktivlərin orta illik dəyəri.

Bütün aktivlər müəssisənin əldə edilmiş mənfəət hesabına öz öhdəliklərini yerinə yetirmək qabiliyyətini nəzərə alaraq təhlil olunan dövr üçün mənfəətin formalaşmasını yaradır. Bu göstərici əmlakın hər bir manatının necə vahid mənfəət gətirəcəyini əks etdirir. Bu göstərici menecerlər üçün çox vacibdir və onun dinamikası idarəetmənin effektivliyini xarakterizə edir. Xalis mənfəət üzrə hesablanmış göstərici vergilərin idarə edilməsinin effektivliyini xarakterizə edir.

b) *dövriyyədən kənar aktivlərin rentabelliği* istehsal poten-

sialından istifadənin səmərəliliyini xarakterizə edir və aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$- Rda = BM : DAoid;$$

Burada:

Rda - dövryyədənəknar aktivlərin rentabelliği; **BM** - balans mənfəti; **DAoid** - dövryyədənəknar aktivlərin orta illik dəyəri.

c) *istehsal fondlarının (aktivlərin) rentabelliği* aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$- Rif = BM : (\Theta V + E);$$

Burada:

Rif - istehsal fondlarının (aktivlərin) rentabelliği; **BM** - balans və ya satış mənfəti; **\Theta V** - əsas vəsaitlər; **E** - ehtiyatlar.

d) *dövryyə aktivlərinin rentabelliği* cari aktivlərin istifadəsinin effektivliyini əks etdirir

e) *"işləyən" kapitalın (aktivlərin) rentabelliği* aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$Rik = BM : (A - MQuq);$$

Burada:

Rik - "işləyən" kapitalın (aktivlərin) rentabelliği; **BM** - balans mənfəti; **A** - aktivlər; **MQuq** - uzunmüddətli və qısamüddətli maliyyə qoyuluşları.

Bütün əmsallar mənfəətliliyin dəyişikliyi tendensiyalarını müəyyən edir və səmərəliliyin dəyişməsinin amillərini müəyyən edərək, müvafiq biznes fəaliyyət göstəricilərinin tendensiyaları ilə müqayisə edilməlidir.

2) *maliyyə rentabelliği* vəsait mənbələrindən, kapital elementlərindən və bütövlükdə məcmu kapitaldan istifadənin səmərəliliyini əks etdirir.

Maliyyə rentabelliğinin növləri aşağıdakılardır:

a) *məcmu kapitalın rentabelliği* aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$Rmk = BM : MK;$$

Burada:

Rmk - məcmu kapitalın rentabelliği; **BM** - balans mənfəti; **MK** - məcmu kapital.

b) *şəxsi kapitalın rentabelliği* aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$R_{\text{şk}} = \text{BM} : \text{ŞKoid};$$

Burada:

R_{şk} - şəxsi kapitalın rentabelliği; **BM** - xalis və ya balans mənfəəti; **ŞKoid** - şəxsi kapitalın orta illik dəyəri.

Xalis mənfəət üzrə hesablanan göstərici cəlb edilmiş vəsaitlərin siyasətinin səmərəliliyini əks etdirir (paralel olaraq maliyyə çiyini (leverage) göstəricisi və dinamikası təhlil edilir).

c) *permanent kapitalın rentabelliği* aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$R_{\text{pk}} = \text{BM} : (\text{ŞK} + \text{UBV});$$

Burada:

R_{pk} - permanent kapitalın rentabelliği; **BM** - balans mənfəəti; **ŞK** - şəxsi kapital; **UBV** - uzunmüddətli borc vəsaitləri.

3) *istehsal rentabelliğinin* növləri aşağıdakılardır:

a) *satılan məhsulların rentabelliği (satişın rentabelliği)* aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$R_{\text{s}} = \text{SM} : \text{G};$$

Burada:

R_s - satılan məhsulların rentabelliği (satişın rentabelliği); **SM** - satışdan mənfəət; **G** - gəlir.

İstehsal olunan və satılan məhsulların effektivliyini əks etdirir.

b) *məcmu rentabellik* aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$R_{\text{m}} = \text{ÜM} : \text{G};$$

Burada:

R_m - məcmu rentabellik; **ÜM** - ümumi mənfəət və ya marjinal gəlir; **G** - gəlir.

Bu göstərici məhsulun maya dəyərində dəyişkən xərclər səviyyəsində nəzarət etməyə və marjinal gəlirləri idarə etməyə imkan verir

c) *ümumi müəssisənin istehsal rentabelliği (ümumi rentabellik, mənfəət norması)* aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$R_{\text{iüm}} = \text{BM} : \text{G};$$

Burada:

Riüm - ümumi müəssisənin istehsal rentabelliği (ümumi rentabellik, mənfəət norması); **BM** - balans mənfəəti; **G** - gəlir.

d) təmiz (xalis) rentabellik aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$R_t = X_M : G;$$

Burada:

Rt - təmiz (xalis) rentabellik; **XM** - xalis mənfəət; **G** - gəlir.

e) xərclərin rentabelliği aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$R_x = S_M : TMD;$$

Burada:

Rx - xərclərin rentabelliği; **SM** - satışdan mənfəət; **TMD** - tam maya dəyəri.

f) tam məsrəflərin rentabelliği aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$R_{tm} = BM : (TMD + DX + F\ddot{o});$$

Burada:

Rtm - tam məsrəflərin rentabelliği; **BM** - balans mənfəəti; **TMD** - tam maya dəyəri; **DX** - digər xərclər; **Fö** - ödəniş üçün faizlər.

VII FƏSİL

BAZAR, BAZAR İQTİSADİYYATI VƏ BAZAR İNFRASTRUKTURU

7.1. Bazar: anlayışı və yaranma şərtləri. Bazarın funksiyaları

"**Bazar**" geniş mənada özündə bir neçə anlayışı birləşdirir:

- *Bazar* – mal və xidmətlər ilə alış-verişin istənilən yeridir;
- *Bazar* – ticarət proseslərinin, alqı-satqı aktlarının məcmu-
sudur;

- *Bazar* – iqtisadi münasibətlər sisteminin iştirakçıları arasın-
da alqı-satqı prosesində yaranır, yəni əmtəə-pul münasibətləri sis-
temini təqdim edir;

- Ən universal şərhdə "*bazar*" anlayışı bütövlükdə bazar iqtı-
sadiyyatı ilə assosiasiya olunur, "*bazar iqtisadiyyatı*" termininin
ixtisarına çevrilir

Bazara verilə biləcək ən ümumi elmi tərif belədir: bazar alqı satqı formasında olan, insanlar arasında iqtisadi mübadilə sahəsidir və bu sahə malların könüllü, ekvivalent mübadiləsinə əsaslanır.

Bazar öz inkişafında uzun tarixi yol keçmişdir. Onun yaran-
ması natural təsərrüfatın əmtəə istehsalı ilə əvəz edilməsinə səbəb
olan eyni qaydalarla şərtlənir:

- ictimai əmək bölgüsünün inkişafı;
- istehsalçıların iqtisadi cəhətdən təcrid edilməsi (özəl mül-
kiyyətin yaranması).

Müasir bazar iqtisadiyyatı müəyyən prinsiplər əsasında qurulur:

- ***Təsərrüfat fəaliyyətinin azadlığı prinsipi***-insanların iqtı-
sadi fəaliyyət növünü seçmək hüququ deməkdir;

- ***Bazarın universallığı prinsipi*** – ondan ibarətdir ki, onun
sahəsinə çoxlu sayda – təkcə insan tərəfindən deyil, həm də təbiət
tərəfindən yaradılmış dəyərlərin bir hissəsi cəlb olunub. Bazar
dövriyyəsinə yalnız mallar və xidmətlər deyil, həm də istehsal

amilləri, habelə intellektual, mənəvi, informasiya məhsulları, əşyalar və mədəniyyət obyektləri məruz qalır;

- ***Mülkiyyət formalarının müxtəlifliyi və hüquq bərabərliyi prinsipinə*** o zaman riayət edilir ki, bəzi mülkiyyət formaları üçün digərlərinin zərərinə əlverişli şərait istisna edilir;

- ***"Özünüqurma", təsərrüfat fəaliyyətinin özünütənzimləmə prinsipi*** ona görə əldə edilir ki, idarəetmədə müəyyənədicisi rolu inzibati-sərəncamverici yox, iqtisadi, əsasən maliyyə üsulları oynayır.

- ***Azad qiymətin əmələ gəlmə prinsipi*** bazar qiymətlərinin heç kim tərəfindən təyin olunmadığını, alıcılar və satıcılar arasında ticarət nəticəsində formalaşdığını nəzərdə tutur. İqtisadi nəzəriyyədə bu, tələb və təklifin qarşılıqlı əlaqəsi adlanır;

- ***Bazar iqtisadiyyatına xas rəqabət prinsipi*** onun təbiətinə görə iqtisadiyyatda nadir ehtiyatlardan səmərəli istifadə üçün mübarizəni nəzərdə tutur. Rəqiblərdən yan keçmək, güzəştə getməmək və ya onlardan geri qalmamaq cəhdləri iqtisadi inkişaf üçün stimül yaradır;

- ***Özünümaliyyətləşdirmə və iqtisadi məsuliyyət prinsipi*** ondan ibarətdir ki, bazar iqtisadiyyatında müstəqil və azad fəaliyyətə görə bazar agentlərinə məsuliyyət daşımaq, yəni öz fəaliyyətlərinə və biznesin şəxsi vəsaitlərindən inkişafına bütün maliyyə xərclərini ödəmək, onlara məxsus əmlak və pul vəsaitləri ilə şəxsi öhdəliklərinə cavab vermək lazımdır;

- ***Dövlət tənzimlənməsi prinsipi*** o deməkdir ki, heç bir bazar dövlətin müdaxiləsi olmadan keçinə bilməz. Bazarda bazar davranış qaydalarını və onların pozulmasına qarşı qorunmasını müəyyən edən qanunlar lazımdır. Sivil bazar iqtisadiyyatında:

- dövlət bazarı ümummilli maraqların əldə edilməsinə yönəlir;

- dövlət büdcəsi vasitəsilə maliyyə resurslarının əhəmiyyətli hissəsinin mərkəzləşdirilmiş şəkildə formalaşdırılmasını və bölüşdürülməsini təmin edir;

- əhalinin əlverişsiz və ya gözlənilməz nəticələrdən qorunması birləşmələrinin mexanizmini təmin edir.

Ümumiyyətlə xüsusi qeyd etmək lazımdır ki, iqtisadiyyata dövlət müdaxiləsinin aşağıdakı istiqamətləri məlumdur:

- mikrotənzimləmə;
- makrotənzimləmə;
- xarici tənzimləmə.

Mikrotənzimləmənin əsas alətləri aşağıdakılardır:

- vergiqoyma;
- sürətli amortizasiya;
- qiymətlərə təsiretmə;
- antiinhisar tənzimləmə.

Makroiqtisadi alətlərə aşağıdakılar aiddir:

- istehsalın, işsizliyin və inflyasiyanın səviyyəsinin maliyyə və vergi tənzimlənməsi;

- iqtisadi qərarların qəbul edilməsi üçün hüquqi əsasın yaradılması, iqtisadiyyatın sabitləşdirilməsi;

- iqtisadiyyatın proqramlaşdırılması və proqnozlaşdırılması, fiskal və pul siyasəti;

- gəlirlərin tənzimlənməsi siyasəti;

- sosial siyasət, dövlət sahibkarlığı.

Xarici tənzimləmə metodlarına aiddir:

- dövlətin ticarət siyasəti;

- valyuta məzənnəsinin idarə edilməsi;

- xarici ticarətin tarif və güzəştləri sistemi;

- xarici ticarətin lisenziyalaşdırılması və s.

Dövlət tənzimlənməsi **birbaşa** və **dolayı** ola bilər.

Dövlətin **birbaşa təsiri** - qanunvericilik aktlarının və onlara əsaslanan icra hakimiyyətinin hərəkətləri vasitəsilə həyata keçirilir. Birbaşa müdaxilə ondan ibarətdir ki, kapitala malik olan dövlət ən müxtəlif formalarda kreditlər verir, pay iştirakı ilə məşğul olur, müəssisələrin mülkiyyətçisidir. Dövlətin birbaşa müdaxiləsi və bazar sisteminin bütün elementləri arasında münasibətləri qaydaya salmaq və inkişaf etdirmək üçün nəzərdə tutulmuş qanunvericilik aktlarının qəbul edilməsi olduqca vacib məsələdir.

Dövlətin **dolayı təsiri** - hökumət özəl firmaların, müəssisələrin davranışına təsir göstərə biləcək müxtəlif maliyyə (büdcə-vergi

və kredit-pul) alətlərindən istifadə edir.

Dövlətin dolaylı müdaxiləsi aşağıdakı istiqamətlər üzrə həyata keçirilir:

- kapital qoyuluşlarının stimullaşdırılması;
- tam məşğulluğun təmin edilməsi;
- malların, kapitalların və işçi qüvvəsinin ixrac və idxalının stimullaşdırılması;
- qiymətlərin sabitləşməsi məqsədi ilə onun ümumi səviyyəsinə və bəzi spesifik malların qiymətinə təsir etmə dərəcəsi;
- dayanıqlı iqtisadi artımın dəstəklənməsi;
- gəlirlərin bölüşdürülməsi.

Dolaylı müdaxilənin aparılması üçün dövlət əsasən fiskal və kredit-pul siyasətindən istifadə edir.

Bazarın yaranma şərtləri

Bazarın yaranmasının ən vacib şərti ictimai əmək bölgüsüdür. Əmək bölgüsü vasitəsilə fəaliyyət mübadiləsi həyata keçirilir və bunun nəticəsində işçi müəyyən əmək növünü istənilən digər konkret əmək növünün məhsullarından istifadə etmək imkanı əldə edir. Əmək bölgüsü qədim dövrlərdə yaranmışdır.

Tarixən ictimai əmək bölgüsünün bir sıra vacib pillələri mövcuddur:

- birincisi, maldarlığın əkinçilikdən ayrılması;
- ikincisi, müstəqil sahə kimi sənətkarlığın ayrılması;
- üçüncüsü, tacirlərin yaranması.

Sonra sahələr parçalanmağa, əməyin ictimai bölgüsü dərinləşməyə başladı.

Bazarın formalaşması əsas şərtlərdən biri də əmtəə istehsalçılarının iqtisadi cəhətdən təcrid olunmasıdır.

Təsərrüfat qərarlarının qəbul edilməsində tamamilə müstəqil, muxtar olan istehsalçılar nemətlərlə bölüşürlər. İqtisadi cəhətdən təcrid olma o deməkdir ki, hansı məhsulu istehsal etmək, onu necə istehsal etmək, kimə satmaq barədə yalnız istehsalçı özü qərar verir. İnsan əməyinin məhsulları mübadiləsi ilk növbədə, xüsusi mülkiyyətin mövcudluğunu nəzərdə tutur. Özəl mülkiyyətin inkişafı ilə bazar təsərrüfatı da inkişaf edirdi. Kapitalizmdə xüsusi

mülkiyyət və bazar münasibətləri daha yüksək səviyyəyə çatmışdır.

Bazarın funksiyaları

Qeyd etmək lazımdır ki, *bazarın funksiyaları* müxtəlifdir.

Onlardan ən mühümləri aşağıdakılardır:

- *kommunikativ*;
- *tənzimləyici*;
- *informasiya*;
- *stimullaşdırıcı*;
- *səğlamləşdırıcı*;
- *sosial*.

Kommunikativ funksiya istehsalın və istehlakın birləşdirilməsindən və ictimai istehsalın fasiləsiz prosesinin təmin edilməsindən ibarətdir. Bazar ayrıca istehlakçıları və istehsalçıları birləşdirir.

Bazarlar vasitəsilə istehsalçılardan istehlakçılara müxtəlif məhsul və xidmətlərin böyük axını göndərilir, istehlakçılardan istehsalçılara istehsal prosesini davam etdirmək üçün lazım olan pul vəsaitləri hərəkət edir.

Bu hərəkət prosesində müəyyən bazar əlaqələri təyin edilir.

İctimai istehsalın tənzimlənməsi funksiyası ondan ibarətdir ki, bazar mexanizmi (tələb, təklif və qiymətin qarşılıqlı təsiri) vasitəsilə istehsal olunan məhsulların sayı alıcıların tələbatının həcminə uyğunlaşdırılır. Bazarda tələb və təklifin müəyyən edilmiş nisbəti istehlakçıya hansı malların və hansı həcmdə lazım olduğunu müəyyən edir.

İnformasiya funksiyası ondan ibarətdir ki, bazar istehsalçıları, əmtəənin ictimai qiymətləndirməsini yerinə yetirərək, tələbatlar barədə məlumatlandırır. Qiymət bazarda istehlakçıların çoxlu sayda tələbatlarının ödənilməsinin üsulları üzrə qərarın qəbul edilməsində lazımi vasitədir.

Stimullaşdırıcı funksiyanın mahiyyəti ondan ibarətdir ki, rəqabət istehsalçıları malların çeşidini yeniləməyə, ən müxtəlif ehtiyacları təmin etməyə, malların keyfiyyətini artırmağa, qiymətləri azaltmağa məcbur edir [16, səh. 165-167].

Bazarın sağlamaşdırıcı funksiyası zəif firmaların həlak olması, güclü firmaların isə fəaliyyət göstərməsi deməkdir.

Bazar sosial funksiyası yerinə yetirir - o, istedad, təşəbbüs-karlıq göstərmək və yaradıcılıq potensialını hər kəs üçün açmaq imkanı yaradır.

7.2. Bazarın obyektləri və subyektləri. İşgüzar fəallığın dövriyyə axını modeli

Qeyd etmək lazımdır ki, **bazarın obyektləri və subyektləri** mövcuddur.

Bazarın obyektlərinə aşağıdakılar aiddir:

- bazara daxil olan mallar, maddi nemətlər və xidmətlər;
- resurslar və istehsal amilləri.

Bazar subyektləri arasında resursların, malların və xidmətlərin (real axınların), maliyyə və pul vəsaitlərinin hərəkətini həyata keçirən ev təsərrüfatları, firmalar, dövlət, xarici ölkələr (xarici sektor), transfertlərin (pul vəsaitlərinin axını) ödənişi baş verir ki, bu da iqtisadi dövriyyə axınını təşkil edir [42].

İqtisadi dövriyyə (işgüzar fəallığın dövriyyə axını) - gəlirlərin və xərclərin qarşılıqlı axını ilə müşayiət olunan real iqtisadi nemətlərin hərəkətidir. Bu zaman:

a) ev təsərrüfatları iqtisadi resursların təchizatçıları çıxış edərək mal və xidmətlərə tələbat yaradır. Ev təsərrüfatları öz resurslarını (kapital, əmək, torpaq, sahibkarlıq qabiliyyəti) bazara çıxararaq mövcud istehsal amillərinə (əmək haqqı, mənfəət, renta, faiz) uyğun olaraq pul gəlirləri əldə edirlər. Bu gəlirləri onlar əmtəə bazarında mal və xidmətlərin alınmasına sərf edirlər;

b) firmalar öz növbəsində istehlak malları və xidmətlərini təklif edərək resurslara tələbat təqdim edirlər. Bu malların satışı firmaların gəlirlərini təşkil edir. Onların istehsalı üçün lazım olan resursların alınması firmanın xərclərini nəzərdə tutur;

c) Dövlət sosial-iqtisadi sistemin bütün subyektlərinin təşkili və fəaliyyətini təmin edən idarəetmə subyektidir.

Dövlətin bazarın subyekti kimi aşağıdakı xüsusiyyətləri mövcuddur:

1. *Tənzimləyici subyekt* - dövlətin rolu iqtisadi proseslər vasitəsilə fiskal (büdcə-vergi) və monetar (pul-kredit) siyasətlərinin sosial səmərəliliyinin tənzimlənməsindən ibarətdir;

2. *Bazar subyekti* - dövlətin rolu daimi gəlir əldə etməkdir, bunun sayəsində dövlət xərclərinin (büdcə-vergi sistemi vasitəsilə) maliyyələşdirilməsi həyata keçirilir. Dövlətin spesifik funksiyası hüquqi və fiziki şəxslərdən vergilərin yığılması və büdcənin gəlir hissəsinin formalaşdırılmasıdır. Dövlət büdcədən sosial sahənin inkişafını həyata keçirir, biznesin inkişafını dəstəkləyir və s. Dövlətin gəliri həm müstəqil element kimi, həm də özəl-dövlət tərəfdaşlığı ilə ifadə olunur;

3. *Dövlətin imperativ statusu* - dövlətin rolu qeyri dövlət obyektləri üçün məcburi olan tələblərdədir.

Dövriyyə iki bazar - əmtə bazarı və resurs bazarı arasında baş verir. Beləliklə, iqtisadi nemətlərin real axını gəlir və xərclərin qarşılıqlı pul axını ilə tamamlanır.

7.3. Bazarın təsnifatı. Bazarın tipləri və növləri

Bazar iqtisadiyyatın bütün sahələrini öz təsiri ilə əhatə edən mürəkkəb struktura malikdir.

Bazar strukturu – bazarın ayrı-ayrı elementlərinin daxili quruluşu, yerləşməsidir.

Bazar strukturunun aşağıdakı əlamətlərini qeyd etmək olar:

- onun elementləri arasında sıx əlaqələri;
- bu əlaqələrin müəyyən davamlılığı;
- bütövlük, bu elementlərin məcmusu.

Bazar bilavasitə istehsalın təmin edilməsi ilə bağlı olan elementləri, həmçinin maddi və pul tədavülü elementlərini əhatə edir. Bazara müxtəlif mülkiyyət və təsərrüfat formalarının mövcudluğu, əmtə dövriyyəsi sahəsinin xüsusiyyətləri, dövlətsizləşmə, özəlləşdirmə səviyyəsi və digər amillər əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. O, qeyri-istehsal sahəsi və hətta mənəvi sahə ilə də bağlıdır

(alimlərin, yazıçıların, rəssamların və s. intellektual fəaliyyət məhsullarının ödənişli satışı sahəsi). Bütün bunlar bazarın mürəkkəb strukturunu, onun tip və növlərinin müxtəlifliyini şərtləndirir.

Müxtəlif meyarlar əsasında ayrı-ayrı elementlərə bölünmüş bütün bazarların məcmusu bazar sistemini təşkil edir. İqtisadi ədəbiyyatda bazarın strukturu və sisteminin xüsusiyyətləri, onun təsnifatı üçün bir çox meyar ayrılır. Onlardan bəzilərini nəzərdən keçirək.

* **Bazar münasibətləri obyektlərinin iqtisadi təyinatı üzrə:**

- *əmtəə və xidmət bazarı (istehlak bazarı);*
- *qiymətli kağızlar bazarı;*
- *əmək bazarı (işçi qüvvəsi bazarı);*
- *valyuta bazarı;*
- *informasiya bazarı;*
- *elmi-texniki inkişafın bazarı (patentlər, "nou-hau", lisenziyalar) və s.*

* **Əmtəə qrupları üzrə:**

- *istehsal təyinatlı malların bazarları;*
- *istehlak mallarının bazarları (məsələn, ərzaq);*
- *xammal və material bazarları və s.*

* **Coğrafi mövqeyinə görə:**

- *yerli (lokal) bazarlar;*
- *regional bazarlar;*
- *milli bazar;*
- *dünya bazarı.*

* **Subyektlər və ya onların qrupları üzrə:**

- *alıcılar bazarı;*
- *satıcılar bazarı;*
- *dövlət idarələri bazarı;*
- *aralıq satıcıların bazarı (vasitəçilər bazarı).*

* **Rəqabətin məhdudlaşdırılması dərəcəsi ilə:**

- *inhisar bazarı;*
- *oligopoliya bazarı;*
- *inhisarçı rəqabət bazarı;*
- *mükəmməl rəqabət bazarı.*

*** Bazarın "doyma" səviyyəsinə görə:**

- *tənzimlənən bazar;*
- *qıtlıq bazarı;*
- *artıqlıq bazarı.*

*** Yetkinlik dərəcəsinə görə:**

- *inkişaf etməmiş bazar;*
- *inkişaf etmiş bazar;*
- *formalaşan bazar.*

*** Qanunvericiliyə uyğun olaraq:**

- *leqal (rəsmi) bazar;*
- *qeyri-leqal və ya kölgə bazarı ("qara" və "boz").*

*** Satış xarakterinə görə:**

- *topdansatış bazarı;*
- *pərakəndəsətış bazarı.*

*** Malların çeşidinin xarakterinə görə:**

- *yalnız ilk istehsalçının məhsullarını təqdim edən qapalı bazar;*

- *bir çox istehsalçıların oxşar mallarının təmsil olunduğu zəngin bazar;*

- *bir-biri ilə bağlı olan bir və ya bir neçə tələbatın ödənilməsinə yönəldilmiş bir sıra növ malların olduğu geniş çeşidli bazar;*

- *bir-biri ilə bağlı olmayan müxtəlif malların mövcud olduğu qarışıq bazar.*

*** Sahəvi əlamətinə görə:**

- *televizor bazarı;*
- *soyuducu bazarı;*
- *kompüter texnikası bazarı və s.*

Bazar strukturunda bazarların aşağıdakı növləri də xüsusi qeyd olunur:

- *əmtəə və xidmətlər bazarı* – buraya istehlak təyinatlı, xidmətlər, mənzil və qeyri-istehsal təyinatlı bina bazarları daxildir;

- *istehsal amilləri bazarları* – buraya daşınmaz əmlak, əmək alətləri, xammal və materiallar, enerji resursları, faydalı qazıntılar bazarları daxildir;

- *maliyyə bazarları* – buraya kapital (investisiya), kredit, qiymətli kağızlar, valyuta-pul bazarları daxildir;

- *intellektual məhsul bazarları* – buraya alqı-satqı obyektləri kimi innovasiya, ixtiralar, informasiya xidmətləri, ədəbiyyat və incəsənət əsərlərinin olduğu bazarlar daxildir;

- *işçi qüvvəsi bazarları* – buraya əmək resurslarının (işçi qüvvəsinin) hərəkətinin (miqrasiyasının) iqtisadi formasını təmsil edən bazarlar daxildir [43].

Real praktikada bazarların əsas növləri müxtəlif subbazarlara və ya bazar seqmentlərinə bölünür.

Bazarın seqmentasiyası – müəyyən əmtənin istehlakçılarının əmtəyə fərqli tələblər irəli sürən ayrı-ayrı qruplara bölünməsidir. Bazarın seqmentasiyası müxtəlif amillərdən istifadə etməklə müxtəlif yollarla həyata keçirilə bilər.

Birincisi, coğrafi amilləri nəzərə almaqla regionlar, inzibati bölgü, əhalinin sıxlığı, iqlim şəraiti üzrə istehlakçı qruplarını ayırmaq olar.

İkincisi, demoqrafik amillərdən çıxış etsək, istehlakçıları yaş, cins, ailə sayı, gəlir səviyyəsi, peşə tərkibi, təhsil səviyyəsi, dini və milli mənsubiyyətə görə qruplaşdırmaq olar.

Üçüncüsü, istehlakçıların müxtəlif qruplarının davranışı nəzərə alınmaqla, bazarın aşağıdakı seqmentlərini ayırmaq olar:

- malların alınması təsadüfi xarakter daşıyır;

- malların alınması zamanı səmərə axtarışı;

- daimi müştəri statusu;

- əmtəyə emosional (müsbət, mənfi, laqeyd) münasibət.

Dördüncüsü, istehlakçıları sosial heyətə (müxtəlif rifah dərəcəsi ilə), həyat tərzinə (elitar, gənclər, idman və s.), şəxsi keyfiyyətlərinə (ambisiyalı, avtoritar, impulsiv) görə qruplara bölmək olar.

Bazarların tip və növləri təcrid olunmur, lakin bir-biri ilə müəyyən nisbətlərdə olan bütün elementləri vahid bazar sistemi kimi qırılmaz surətdə bağlıdır və mövcuddur. Bu nisbətlərin, mütənasibliklərin rolu olduqca böyükdür.

7.4. Bazar iqtisadiyyatı – mahiyyəti və məzmunu

Bazar iqtisadiyyatı – xüsusi mülkiyyətə, seçim və rəqabət azadlığına, şəxsi maraqlara əsaslanan, hökumətin rolunu məhdudlaşdıran sistemdir.

Bazar iqtisadiyyatı istehlakçının azadlığına təminat verir ki, bu da məhsul və xidmət bazarında istehlak seçimi azadlığında ifadə olunur. Könüllü mübadilə istehlakçının suverenliyinin zəruri şərtinə çevrilir.

Bazar iqtisadiyyatında sahibkarlıq azadlığı mövcuddur. Fərd özü müəyyən edir ki, məhsulu necə və kim üçün istehsal etmək, harada, necə, nə qədər və hansı qiymətə satmaq, əldə edilən gəliri necə xərcləmək olar.

Qiymət mexanizmi bazar iqtisadiyyatının təşkilatçısı və koordinatoru kimi çıxış edir. Şəxsi maraq iqtisadiyyatın əsas motivi və əsas hərəkətverici qüvvəsi kimi çıxış edir. Seçim azadlığı rəqabətin əsasını təşkil edir.

Mükəmməl rəqabət aşağıdakıları nəzərdə tutur:

- alıcıların və satıcıların çoxluğu;
- malların və xidmətlərin yeknicinsliyi;
- qiymət ayrı-seçkiliyinin olmaması;
- bütün resursların mobilliyi;
- qiymətlər haqqında mütləq məlumat.

Bazar iqtisadiyyatının əsasını xüsusi mülkiyyət təşkil edir. Bu, könüllü bağlanmış müqavilələrə riayət olunmasının və üçüncü şəxslərin müdaxilə etməməsinin təminatıdır.

Klassik bazar iqtisadiyyatı iqtisadiyyata dövlət müdaxiləsinin məhdud rolundan irəli gəlir. Hökumət yalnız "bazar oyunu" qaydalarını müəyyən edən və onların yerinə yetirilməsinə nəzarət edən orqan kimi lazımdır [16, səh. 167-168].

7.5. Bazar infrastrukturu – mahiyyəti və əhəmiyyəti

Bazar infrastrukturu – bazarda malların və xidmətlərin sərbəst hərəkətini təmin edən müəssisə və təşkilatların (banklar, birjalar, yarmarkalar, sığorta şirkətləri, məsləhət və informasiya-

marketing şirkətləri və s.) sistemidir. Bazar infrastrukturunun başqa təriflərinə də rast gəlinir. Onu bazarın fəaliyyətinin təşkilati-iqtisadi şəraitini yaradan elementlər, institutlar və fəaliyyət növləri kompleksi, eləcə də bazarın normal fəaliyyətini təmin edən dövlət və kommersiya müəssisə və xidmətlərinin məcmusu kimi xarakterizə edirlər. Malların istehsalçıların və onların birbaşa istehlakçıların qarşılıqlı əlaqələrinə xidmət infrastruktur institutlarının əsas məqsədidir.

Bazar infrastrukturunu bir sıra funksiyaları yerinə yetirir, onların arasında aşağıdakıları qeyd etmək olar:

- malların, resursların, kapitalın alqı-satqısının fasiləsiz prosesinin təmin edilməsi;

- əmtəə axınının sahələr, bölgələr üzrə bölüşdürülməsi;

- bazar konyukturasının formalaşması;

- iqtisadiyyatın ayrı-ayrı subyektlərinin və fəaliyyət növlərinin ixtisaslaşdırılması əsasında bazar subyektlərinin operativliyinin və səmərəliliyinin artırılması;

- bazarın tarazlılığına nail olmaq [18, səh. 37-40].

Bazar infrastrukturunu bir-biri ilə sıx bağlı olan və ümumilikdə iqtisadiyyatda mühüm rol oynayan çoxlu sayda elementləri özündə birləşdirir. Bir qayda olaraq, bazar infrastrukturunun elementlərinə müxtəlif birjalar, banklar, dövlət maliyyəsi, vergi sistemi, məşğulluğun tənzimlənməsi sistemi və digər elementlər daxildir.

İnfrastrukturun ənənəvi elementlərindən biri *birjadır*. Birjada ticarət malları, qiymətli kağızlar və valyutaların alqı-satqısını həyata keçirirlər. Əvvəlcə malların birja ticarəti, sonra qiymətli kağızların və ya fond sərvətlərinin alqı-satqısı yarandı və fond birjası adlandırıldı. Bəzi ölkələrdə valyuta mübadiləsinin alqı-satqısı üzrə ayrıca bazar mövcuddur.

Bazar infrastrukturunun ikinci mühüm hissəsi *maliyyə-kredit sistemidir*. Bu sistem banklar və qeyri-bank maliyyə institutlarını əhatə edir. İnvestisiya şirkətləri, əmanət kassaları, sığorta şirkətləri, özəl pensiya fondları və s.getdikcə daha çox bankların ciddi rəqiblərinə çevrilirlər.

Bazarın infrastrukturunun üçüncü mühüm hissəsi dövlətin

vergi sistemidir. Onun əsasını vergi dərəcələri (vergilər) təşkil edir. Bu, dövlətin büdcəsinə köçürülən fiziki və ya hüquqi şəxslərin mütləq və ya faiz gəliridir. Vergi sistemi ölkənin iqtisadi inkişafını ya stimullaşdırır, ya da onun qarşısını alır. Vergi sistemi dövlətin xərcləri ilə birlikdə bazarın infrastrukturunun dördüncü elementini - dövlət maliyyə sistemini təşkil edir. Dövlət maliyyəsinin əsasını büdcə təşkil edir, dövlətin gəlirləri və xərclərinin məcmusu. Dövlətin gəlirləri əsasən vergilərdən formalaşır. Bazar infrastrukturunu elementləri olan dövlət maliyyəsinin məqsədi iqtisadiyyatın bir hissəsindən digərinə pulun yenidən bölüşdürülməsi yolu ilə fasiləsiz işləməsini təmin etməkdir.

Bazar infrastrukturunun beşinci elementi *əmək bazarı* ilə bağlıdır. Bazar işçi qüvvəsi kimi spesifik məhsula differensial tələbat təqdim edir. Dövlət məşğulluq problemlərini həll edən ixtisaslaşmış müəssisələrin yaradılmasında maraqlıdır. Belə qurumlar əmək birjalrı adlanır, onlar rəsmi qeydiyyatdan keçmiş işsizlər üçün iş axtarır, onların yenidən öyrənilməsini və ixtisas dəyişməsini təşkil edirlər.

Hazırda sənaye cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə auditor şirkətləri, konsaltinq şirkətləri, reklam agentlikləri kimi bazar infrastrukturunu institutları getdikcə daha çox inkişaf edir.

7.6. Birja – yaranma tarixi, mahiyyəti və funksiyaları

Birja, bəzi mənbələrə görə, karvan ticarətindən yaranan, mü-təşəkkil bazardır. Lakin karvan ticarətinin xarakterik xüsusiyyətləri qeyri-müntəzəmlik, daimi ticarət yerinin və ticarət qaydalarının olmamasıdır. Daha mükəmməl forma yarmarka ticarəti oldu. Yarmarkalarda daxili qaydalar və yarmarka məhkəməsi mütəmadi olaraq fəaliyyət göstərirdi. Amerikanın açılışı ilə birjalrıların əcdadları - ixtisaslaşdırılmış daimi topdan mağazalar ortaya çıxdı.

"Birja" terminin mənşəyi haqqında müxtəlif fikirlər var. Birinə görə, "birja" Qədim Yunanıstanda meydanın adı, digərinə görə, Qədim Romada dəri çanta, pul kisəsi adlandırılmışdır. Bu fərziyyələrdən biri konkret şəxsiyyətin bu termini meydana çıxar-

masını nəzərdə tutur: Belçikanın Bruqe şəhərində "de burse" adlanan ticarət üçün xüsusi meydan var idi. Bu ad Van de Burse adlı şəxs ilə bağlıdır. O, öz evində ticarət üçün tacirləri yığdı və bəlkə də bu, ticarətin bu formasının adına təsir göstərmişdir.

Müasir birjanın bənzərliyi Avropada ilkin kapitalın yığılması və ticarət əməliyyatlarının beynəlmilləşdirilməsi dövründə yaranmışdır. Birja əməliyyatlarının ən erkən forması pul və veksəl ticarətidir, lakin fond birjalarının görünüşü üçün hələ də şərtlər yox idi: onun obyektləri – səhmlər və istiqrazların mövcud olması idi.

XVI əsrin əvvəllərində ticarət əməliyyatlarının təkamülü fond və əmtəə birjalarının yaranmasına gətirib çıxardı. Eyni zamanda, ilk əmtəə birjalari formalaşmış və sonradan fond dəyərləri ticarətinə başlamışdır. Əmtəə mübadiləsinin yerləşməsi beynəlxalq ticarət mərkəzlərinin iri manufakturalarına və limanlarına doğru meyillənirdi.

Şərqdən (ədviiyat, tütün) və Şimaldan (çörək, duz, parça) malların satıldığı 1602-ci ildə Amsterdam birjasının görünüşü xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Amsterdam Birjasında ilk dəfə olaraq qiymətli kağızların ticarəti: Hollandiyanın, İngiltərənin, Portuqaliyanın dövlət istiqrazları, Hollandiyanın, Britaniyanın Ost-Hind və daha sonra Vest-Hind şirkətlərinin səhmləri ilə baş tutmuşdur.

1688-ci ildə İngiltərədə baş vermiş inqilabdan sonra ölkədə feodal münasibətlərin qalıqlarını aradan qaldıran canlı qrunderlik (təsisçilik) başlayır, İngiltərədə hər cür səhmdar şirkətlər peyda olur, İngilis Bankı təşkil olunur, bu şirkətlərin səhmləri birjaya çıxır. O dövrdə artıq İngiltərədə XVI əsrdə Amsterdam ilə müqayisədə daha zəif olan London birjası mövcud idi. XVII əsrdə onun inkişafı başlayır ki, bu da Amsterdam birjasında olduğu kimi, böyük ticarət şirkətinin yaranması ilə əlaqədar idi (1711-ci ildə Cənubi-okean ticarət şirkəti təsis edilir. Səhmdar şirkət səhmlərin buraxılması ilə səfərbər edilmiş 10 mln. funt sterlinq məbləğində vəsaiti hökumətə verməli idi. Əvəzində şirkət Cənubi Amerika ilə xüsusi ticarət hüququ və digər imtiyazlar əldə edir).

Fransada fond bazarının formalaşması XVIII əsrdə başlamışdır. O, səmərəli istifadə tələb edən, külli miqdarda pul vəsaiti

cəmləmişdir. Spekulyasiya obyektini kimi ilk Paris birjalarından birində satılan Şərqi Hindistan şirkətinin səhmləridir. Birinci Fransız birjasının xüsusiyyətləri qiymətlərin elan edilməsi mexanizminin və birja ticarətinin prosedurunun olmaması idi və yalnız 1777-ci ildə bu vəziyyət düzəldi. Rusiyada ilk birja 1705-ci ildə, Yaponiyada (düyü ilə ticarət) – 1730-cu ildə, ABŞ-da isə 1848-ci ildə Çikaqoda yaradıldı.

Birjanın mahiyyəti onun həyata keçirdiyi funksiyalarda təzahür edir.

Birjanın əsas funksiyaları aşağıdakılardır:

1. İctimai hərracların keçirilməsi üçün birja yığıncaqlarının təşkili. Bu funksiyaya aşağıdakılar daxildir:

- birja ticarətinin təşkili;
- birja ticarəti qaydalarının hazırlanması;
- əqdlərin maddi-texniki təminatı;
- birjanın işçi heyətinin öyrənilməsi;
- ticarət iştirakçıları üçün ixtisas tələblərinin hazırlanması.

Ticarətin təşkili üçün mübadilə ilk növbədə açıq birja ticarətini aparan satıcıların və alıcıların lazımı sayını təmin edə biləcək rahat "bazar yeri" (birja zalı) olmalıdır. Müasir elektron rabitə vasitələrindən istifadə bir yerdə ticarət edənlərin fiziki iştirakına ehtiyac duymur, əksinə, elektron kompüter terminalları vasitəsilə ticarət aparmağa imkan verir. Lakin bu halda, mübadilə yüksək effektiv elektron ticarət sistemini təmin etmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Ticarətin təşkili mübadilədən ticarət qaydalarına, yəni salonda ticarət iştirakçılarının norma və davranış qaydalarına ciddi riayət olunmasını tələb edir. Ticarətin maddi-texniki təminatı birja zalının avadanlıqlarını, ticarət iştirakçılarının iş yerlərini, birjada bütün proseslərin kompüter təminatını əhatə edir.

Birja ticarətinin aparılması üçün mübadilə zamanı yüksək ixtisaslı işçi qərgahının olması lazımdır.

Birja ticarətində iştirak edən mübadilə üzvləri birjada iş qaydalarını bilməli, birja ticarətinə aid bütün fəaliyyət sahələrində lazımı bilik və praktiki bacarıqlara malik olmalıdırlar.

2. Birja müqavilələrinin işlənilməsi

Bu funksiyaya aşağıdakılar daxildir:

- birja mallarının keyfiyyət xüsusiyyətlərinə dair tələblərin standartlaşdırılması;

- müqavilənin əsasını təşkil edən aktivin partiyalarının ölçülərinin standartlaşdırılması;

- birja razılaşmaları üzrə hesablamalara dair yeganə tələblərin hazırlanması (müqavilələr üzrə təchizat şərtləri və müddətləri, qarşılıqlı və birja ilə hesablaşmalar daxil olmaqla).

3. Birja arbitraj, və ya birja ticarət zamanı bağlanmış müqavilələr üzrə mübahisəli məsələlərin həlli

Birjanın bu funksiyası çox böyük əhəmiyyət kəsb edir: bir tərəfdən, aldatma yolu ilə hərəkət etmək niyyətində olan tacirlərə təsir tədbiri kimi, digər tərəfdən isə qeyri-dəqiq qeydlər, kompüter təminatı sistemində uğursuzluqlar və digər səhvlər səbəbindən hər-racların gedişində yaranan mübahisələri həll etmək üsulu kimi.

4. Birjanın qiymət funksiyası

Mübadilənin bu funksiyası iki aspektə malikdir. Birincisi, mübadilənin vəzifəsi yalnız bazar qiymətlərinin müəyyən edilməsi deyil, eyni zamanda onların tənzimlənməsidir, mübadilə qiymətləri ilə qanunsuz manipulyasiyalara yol verməmək məqsədi daşıyır. İkinci aspekt mübadilənin qiymətinin proqnozlaşdırma funksiyasıdır və aşağıdakıları ehtiva edir:

- birja qiymətlərinin müəyyənləşdirilməsi və tənzimlənməsi. Birja bütün növ birja mallarının qiymətlərinin formalaşmasında və tənzimlənməsində iştirak edir. Birjada tələb və təklifin konsentrasiyası, çoxlu sayda müqavilələrin bağlanması qeyri-bazar amillərinin qiymətə təsirini istisna, onu real tələbata və təklifə maksimum yaxın edir. Birja qiyməti birjanın ən əhəmiyyətli funksiyası kimi qəbul edilən kotirovka prosesində müəyyən edilir. Eyni zamanda, kotirovka gün ərzində birjada qiymətlərin qeyd edilməsi, valyuta və ya qiymətli kağızların qeydiyyatı, birja mallarının qiyməti kimi başa düşülür [18, səh. 41-42];

- qiymətin əmələgəlməsi və proqnozlaşdırılması funksiyası, malların satıcıları və alıcılarının birjada toplanması, birja razılaş-

malarının kütləvi xarakteri və onların böyük miqyası, əlbəttə, malların böyük partiyalarla ticarət aparıldığından, mübadilə qiymətlərini, adətən, digər malların qiymətlərinin formalaşması əsasında olan birja mallarının bazar qiymətlərinə çevirir. Nəticədə, birja qiymətləri qiymətin əmələ gəlmə funksiyasını yerinə yetirir, əmək haqqı dərəcələri, amortizasiya ayırmaları normaları ilə yanaşı, onun əsasını təşkil edir.

Birjada, müqavilənin bağlandığı tarixdən bir neçə ay sonra tədarük ilə malların (müqavilələrin) satışı, beləliklə, malların gələcək çatdırılması tarixləri üçün qiymətlərin gündəlik proqnozlaşdırılması, yəni real qiymət proqnozudur və yalnız mübadilə mallarının qiymətləri deyil, bütün digər aktivlər üçün də baş verir.

5. Birja ticarəti üçün etibarlı olmayan qiymət dəyişmələrindən hedcinq və ya birja sığortası funksiyası

Bunu həyata keçirmək üçün, birjada xüsusi növ əməliyyatlar və mexanizmlər, məsələn, birja nizamnaməsinin və valyuta ticarət qaydalarının pozulmasına görə cərimə sanksiyalarının tətbiqi istifadə olunur.

6. Dövlət təşkilatlarında birjanın fəaliyyəti məsələləri ilə bağlı təkliflər vermək funksiyası

7. Digər ölkələrin ərazisində fəaliyyət göstərən birjalara brokerlərin öz nümayəndələrini göndərmək funksiyası.

VIII FƏSİL MÜLKİYYƏT MÜNASİBƏTLƏRİ

8.1. Mülkiyyətin mahiyyəti və məzmunu

Mülkiyyət – mürəkkəb və çoxşaxəli kateqoriyadır, o, ictimai münasibətlərin bütün məcmusunu ifadə edir: iqtisadi, sosial, hüquqi, siyasi, milli, mənəvi, etik, dini və s. Bu kateqoriya iqtisadi sistemdə mərkəzi yer tutur, çünki işçinin istehsal vasitələri ilə birləşdirilməsi üsulunu, iqtisadi sistemin fəaliyyətinin və inkişafının məqsədini, cəmiyyətin sosial və siyasi strukturunu, əmək fəaliyyətinin stimullarının xarakterini və əmək nəticələrinin bölüşdürülməsi üsulunu müəyyən edir [23, səh. 206-210].

Ən dərin əlaqələri və qarşılıqlı asılılıqları ifadə edərək, mülkiyyət cəmiyyətin sosial-iqtisadi varlığının mahiyyətini açıqlayır.

Iqtisadi kateqoriya kimi mülkiyyət nədir? Əvvəlcə mülkiyyət insanın əşyaya münasibəti kimi, yəni bu əşyanın insanda fiziki mövcudluğu və ondan istifadə imkanı kimi qiymətləndirilirdi. Lakin cəmiyyətin inkişafı və elmi biliklərin toplanması ilə mülkiyyət haqqında təsəvvür dəyişmiş, daha əsaslı və məzmunlu olmuşdur.

Özlüyündə əşyalar hələ mülkiyyət deyil, necə ki, öz təbiətinə görə qızıl və ya gümüş pul deyildir. Onlar yalnız müəyyən iqtisadi şəraitdə pula çevriliblər.

Mülkiyyət aşağıdakı məsələləri müəyyən edir:

- işçi qüvvəsinin istehsal vasitələri ilə birləşməsinin ictimai üsulu;
 - müəyyən iqtisadi sistemin iqtisadi qanunlarının hərəkətinin spesifikliyini;
 - ictimai istehsalın məqsəd və motivlərini;
 - yaranmış ictimai məhsulun bölgüsü və istehlakının xarakterini;
 - cəmiyyətin sinfi və sosial strukturunu;
 - cəmiyyətdə siyasi və iqtisadi hakimiyyətin hakim sistemini.
- Mülkiyyətin əsas xarakteristikası insanların əşyaya münasibətlərinin mahiyyəti və məzmunudur.

sibəti deyil, bu əşyanın kim tərəfindən və necə verilməsidir, bu cür mənimsəmə digər insanların maraqlarına necə təsir göstərir. O zaman mülkiyyətin mənimsənilməsi ilə bağlı insanlar öz aralarında müəyyən iqtisadi münasibətlərə daxil olurlar. Müvafiq olaraq, mülkiyyət əşyaların mənimsənilməsi ilə bağlı insanlar arasında münasibətləri ifadə edir.

Başqa sözlə, mülkiyyətin sosial-iqtisadi mahiyyəti "insan - əşya" əlaqələr sistemində deyil, mülkiyyət obyektlərinin mənimsənilməsi ilə bağlı "insan-insan" qarşılıqlı münasibətləri müstəvisində açıqlanır və həyata keçirilir.

Mənimsəmə - mənimsəmə obyektin və subyektin birləşdirilməsi nəticəsində yaranan prosesdir, yəni bu, əşyaya sahib olmaq üçün konkret ictimai üsuldur. Bu, subyektin müəyyən əşyalara şəxsi əşya kimi münasibəti deməkdir. Mənimsəmə mülkiyyət və onun növlərinin bu və ya digər formasının konkret xüsusiyyətlərini formalaşdırır və ifadə edir.

İqtisadi sistemdə sosial-iqtisadi forma, məqsəd və maraqları müəyyən edən əsas mənimsənilmə obyekti *istehsal vasitələrinin və onun nəticələrinin mənimsənilməsidir*.

Mülkiyyət – istehsal vasitələrinin və onun nəticələrinin mənimsənilməsi ilə bağlı təsərrüfat subyektləri arasında münasibətlərin məcmusudur.

Mənimsəmə münasibətləri istehsaldan istehlaka qədər təkrar istehsal prosesinin bütün sahələrini əhatə edir. Mənimsənilmənin ilkin vəziyyəti istehsal sahəsidir. Məhz burada mülkiyyət obyekti və onun dəyəri yaradılır. İstehsal vasitələri kimə məxsusdur, o da istehsal nəticəsini mənimsəyir. Bundan sonra mənimsənilmə prosesi bölüşdürmə və mübadilə sahələri vasitəsilə davam etdirilir və bu sahələr ikinci və üçüncü dərəcəli mənimsənilmə formaları kimi çıxış edir. Qeyd etmək lazımdır ki, mənimsənilmə kateqoriyası onun antipod kateqoriyasını – özgəninkiləşdirilməni yaradır.

Özgəninkiləşdirmə subyektin bu və ya digər mülkiyyət obyektinə sahiblik, istifadə və sərəncam hüququndan məhrum edilməsidir.

Mənimsəmə və özgəninkiləşdirilmə - cüt kateqoriyalardır,

eyni zamanda, ziddiyyətlər birliyi kimi də mövcuddurlar. Bir subyekt tərəfindən müəyyən mülkiyyət obyektinin mənimsənilməsi, eyni zamanda onun başqa subyektdən özgəninkiləşdirilməsi deməkdir. Bir mövzu "bu mənimdir" deyə bildirirsə, bu, digər subyektlərə "bu sizin deyil" dediyi kimi bir anlayışdır. Buna görə də, mülkiyyətçinin yanında həmişə qeyri-mülkiyyətçi var.

Beləliklə, mənimsəmə və özgəninkiləşdirmə prosesi mülkiyyət münasibətlərinin mahiyyətinin iki dialektik tərəfidir. "Mənimsəmə-özgəninkiləşdirmə" sistemində ziddiyyət özünü inkişaf etdirmənin daxili mənbəyidir. Bu dialektik əlaqənin qüdrətli müsbət cərəyanı da məhz bundan ibarətdir.

Beləliklə, insanın əşyaya münasibətinin görüntüsünü nəzərə alaraq, mülkiyyət həmişə "mülkiyyətçi" nin "qeyri-mülkiyyətçi"yə münasibəti anlayışını ifadə edir.

Mülkiyyət münasibətləri özündə münasibətlərin üç növünü ehtiva edən müəyyən bir sistem təşkil edir:

- *mülkiyyət obyektlərinin mənimsənilməsi ilə bağlı münasibətlər;*

- *mülkiyyət obyektlərinin satışının iqtisadi formaları ilə bağlı münasibətlər (yəni onlardan gəlir əldə etmək);*

- *mülkiyyət obyektlərinin təsərrüfat istifadəsi ilə bağlı münasibətlər.*

Mülkiyyətçi mülkiyyət obyektindən təsərrüfat məqsədləri üçün özü istifadə edə bilər. Belə olan halda o, eyni zamanda iki şəxs qismində: mülkiyyətçi və təsərrüfat subyektini kimi çıxış edir. İndi, istehsal son dərəcə mürəkkəbləşdiyi və əhəmiyyətli ictimai xarakter aldığı bir vaxtda təsərrüfat həyatının əsas siması mülkiyyətçi deyil, icarə, lizinq, konsessiya, kredit hüquqlarında özgə mülkiyyətini istehsal etmək üçün istifadə edən subyektdir. Beləliklə, iki subyekt meydana çıxır: subyekt-mülkiyyətçi və subyekt-təsərrüfatçidir, hansılar ki, öz aralarında səlahiyyətləri və funksiyaları bölüşdürürlər.

8.2. Mülkiyyətin obyekt və subyektləri

Mülkiyyət münasibətləri mülkiyyətin *obyektləri* və *subyektləri* vasitəsilə həyata keçirilir.

Mülkiyyətin obyektləri təyin edilə bilən və ya özgəninkiləşdirilə bilən bütün məfhumlardır:

- iqtisadiyyatın bütün sahələrində istehsal vasitələri;
- daşınmaz əmlak (evlər və qurğular, ayrılmış su obyektləri, çoxillik əkillər və s.);
- təbii ehtiyatlar (torpaq, yerin təki, meşə, su və s.);
- şəxsi və ev istehlak əşyaları;
- pul, qiymətli kağızlar, qiymətli metallar və onlardan hazırlanan məmulatlar;
- intellektual mülkiyyət, yəni intellektual, mənəvi, informasiya resursları və məhsulları (ədəbiyyat və incəsənət əsərləri, elm və texnikanın nailiyyətləri, kəşflər, ixtiralar, nou-hau, informasiya, kompüter proqramları, texnologiyalar və s.);
- mədəni və tarixi dəyərlər;
- işçi qüvvəsi.

Mülkiyyətin subyektləri mülkiyyət münasibətlərinin fərdi daşıyıcılarıdır:

- fərdi fiziki şəxs (individum) - əmlak və qeyri-əmlak hüquq və vəzifələrinin daşıyıcısı olan şəxs;
- hüquqi şəxslər - bütün təşkilati-hüquqi formaları olan şəxslərin təşkilatları, müəssisələri, idarələri, birlikləri;
- dövlət idarəçiliyi orqanları, bələdiyyələr (yerli idarəetmə və özünüidarəetmə orqanları);
- bir neçə dövlət və ya bütün dövlətlər. Mülkiyyətin hüquqi kateqoriyası kimi çıxış edən hüquqi aspekti də var. Mülkiyyətin hüquqi aspekti mülkiyyət hüququ vasitəsilə həyata keçirilir [20, səh. 47-53].

8.3. Mülkiyyət hüququ - anlayışı və məzmunu. Mülkiyyət iqtisadi və hüquqi kateqoriya kimi

Mülkiyyət hüququ – mülkiyyət obyektlərinin mənimsənilməsi və istifadəsi ilə əlaqədar onların arasında yaranan fiziki və hüquqi şəxslərin dövlət tərəfindən qanuniləşdirilmiş hüquq və iqtisadi qarşılıqlı münasibətləri normalarının məcmusudur.

Bunun sayəsində mülkiyyətin iqtisadi münasibətləri hüquq münasibətlərinin, yəni iştirakçıları müəyyən hüquqi norma və vəzifələrin daşıyıcısı kimi çıxış edən münasibətlərin xarakterini əldə edir. Mülkiyyət hüququ Roma hüququ dövründən üç əsas qayda ilə - *sahiblik, istifadə və sərəncamla* müəyyən edilir. Bu triada mülkiyyət hüquqları adlanır.

Müvafiq olaraq, mülkiyyət hüquqlarının tam həyata keçirilməsi yalnız sahiblik, istifadə və sərəncam münasibətlərinin və qarşılıqlı əlaqəsi olduqda mümkündür. Müvəqqəti olaraq özgənin mülkiyyətinə sahiblik və ondan istifadə etmək hüququ əldə edən subyektlər (məsələn, icarəçi) sərəncam vermək hüququ olmadan tam mülkiyyətçi deyillər.

Qərbin inkişaf etmiş ölkələrinin müasir iqtisadiyyat elmində və təsərrüfat praktikasında mülkiyyət hüquqlarının daha geniş və daha müfəssəl sistemi tətbiq edilir. ***Belə ki, ingilis hüquqsünas-institutsionalizmin nümayəndəsi A. Onore tərəfindən mülkiyyət hüququ sistemi təklif edilmişdir ki, bu sistem 11 hüququ nəzərdə tutur:***

1. *Sahiblik hüququ;*
2. *İstifadə hüququ;*
3. *İdarəetmə hüququ* (faydaların istifadəsini kimin və necə təmin edəcəyini həll etmək hüququ);
4. *Gəlir hüququ* (faydalardan istifadə nəticələrinə sahiblik hüququ);
5. *Müstəqil kapital dəyəri hüququ* (nemətdən istifadə etmək, özgəninkiləşdirmək, dəyişdirmək və ya məhv etmək hüququ);
6. *Təhlükəsizlik hüququ* (müsadirədən və ya ətraf mühitin zədələnməsindən müdafiə hüququ);

7. *Obyektin vərəsəlik hüququ;*
8. *Obyektə sahibliyin müddətsiz olması hüququ;*
9. *Mülkiyyət obyektinin ətraf mühitə və ya subyektlərə zərər gətirən üsulla istifadəsinə qadağa qoyulması;*

10. *Məsuliyyət hüququ* (borcun ödənilməsinə obyektin tutulması imkanı);

11. *Mülkiyyət hüquqlarının "geri qaytarılan" xarakteri, yəni razılaşmanın müddəti başa çatdıqdan sonra və ya onun şərtlərinin pozulması halında vaxtından əvvəl kiməsə verilmiş hüquqların qaytarılması və s.* [23, səh. 209-210]

Mülkiyyətin hüquqlarının bu cür detallaşdırılması özünü təzyiq edən xarakter daşıyır, subyektə optimal iqtisadi qərarların qəbul edilməsi üçün zəruri və kifayət qədər hüquqları təmin etmək məqsədi daşıyır.

Beləliklə, mülkiyyət *iqtisadi və hüquqi kateqoriya kimi* bir-biri ilə sıx qarşılıqlı əlaqələr daşıyır.

Mülkiyyət iqtisadi kateqoriya kimi: mülkiyyət obyektlərinin və ilk növbədə istehsal vasitələrinin və onun nəticələrinin mənimsənilməsi ilə bağlı insanlar arasında münasibətləri ifadə edir; obyektlərinin sahibliyinə, istifadəsinə və sərəncamına dair fiziki və hüquqi şəxslər arasında iqtisadi münasibətlərin qanunvericiliklə təsbit olunmasını ifadə edir.

Beləliklə, mülkiyyət iqtisadi və hüquqi münasibətlərin dialektik əlaqəsini ifadə edir.

Tarixən mülkiyyətin iqtisadi münasibətləri ilkin, hüquqi münasibətləri isə ikinci xarakter daşıyırdı. İctimai inkişaf prosesində iqtisadi münasibətlərin dəyişməsi daha çox mülkiyyət hüquqlarının qabaqcadan yenilənməsini tələb edir.

8.4. Mülkiyyətin forma və növləri

İqtisad elminin ən mürəkkəb problemi mülkiyyət formaları probleimidir. Mülkiyyət formalarının təsnifatına iki yanaşma mövcuddur: *şaquli-tarixi* və *üfüqi-struktur*.

Şaquli-tarixi yanaşma cəmiyyətin uzunmüddətli təkamülü və

mülkiyyət formasının digəri ilə dəyişdirilməsi prosesində meydana gələn tarixi mülkiyyət formalarını müəyyən edir. İnsan cəmiyyətinin inkişafının hər bir mərhələsi müəyyən mülkiyyət formasına uyğundur ki, bu da məhsuldar qüvvələrin inkişafının əldə edilmiş səviyyəsini, istehsal vasitələrinin və nəticələrin mənimsənilməsini və mülkiyyət hüquqlarını cəmləşdirən əsas subyektin xüsusiyyətlərini əks etdirir.

İnkişafın ilk mərhələlərində bəşəriyyət minilliklər boyu kollektiv mülkiyyət formalarından əvvəlcə *qəbilə*, sonra isə *icma mülkiyyəti* formasında istifadə etmişdir. Məhsuldar qüvvələrin inkişafının aşağı səviyyəsi müəyyən edirdi ki, insanlar yalnız birgə (kollektiv) yaşamaq üçün vəsait əldə edə və birlikdə istehlak edə bilərdilər. Bəşəriyyət yalnız bu yolla yaşamaq hüququnu təmin edə bilərdi.

Zaman keçdikcə məhsuldar qüvvələrin inkişafı, insanın özünün təkmilləşdirilməsi, onun həyat şəraitinin dəyişdirilməsi yeni mülkiyyət – *özəl mülkiyyətin* formalaşmasına gətirib çıxarır. Bu iki növ mülkiyyət (ictimai və özəl) cəmiyyətin tarixi inkişafının müxtəlif mərhələlərində konkret tarixi formalarda çıxış edərək, hakim ictimai asayişin sosial-iqtisadi təbiətini əks etdirirdi.

Mülkiyyətin formalarının təkamülünü aşağıdakı kimi qeyd edə bilərik:

- *ibtidai*;
- *quldarlıq*;
- *feodal*;
- *kapitalist*.

İbtidai mülkiyyət formasına icmanın bütün üzvlərinin hakim mülkiyyət obyektinə torpağa, habelə əmək vasitələrinə və istehsalın nəticələrinə bərabər hüquqları xas idi.

Quldarlıq mülkiyyət forması quldarın istehsal vasitələrinə mülkiyyət hüquqlarının mütləq cəmləşməsi, əməyin nəticələri və işçinin (qulun) öz üzərində cəmləşməsi ilə səciyyələnir.

Feodal mülkiyyəti feodalın torpaq üzərində mütləq mülkiyyət hüquqlarını və işçinin məhdud hüquqlarını nəzərdə tutur.

Kapitalist mülkiyyəti sahibkarın istehsal vasitələri və əmək

nəticələri üzərində mülkiyyət hüquqlarının cəmləşməsi, lakin şəxsi azadlığına malik olan maddəli işçi üzərində mülkiyyətin olmaması ilə səciyyələnir. Lakin kapitalist cəmiyyətin bütün vətəndaşlarının hüquq bərabərliyi mülkiyyət hüquqlarının bölüşdürülməsində və konsentrasiyasında bərabərlik demək deyil. Bu, bəzilərinin iqtisadi hakimiyyətinə və başqalarının iqtisadi asılılığına səbəb olur.

Keçmiş sosialist ölkələrində xüsusi mülkiyyətin ləğv edilməsi və onun qondarma ümumxalq mülkiyyəti ilə əvəz edilməsi bütün insanları istehsal vasitələri və onların istifadəsinin nəticələrini bərabərləşdirmək məqsədi ilə mülkiyyət münasibətlərinin inkişafının təbii-təkamül prosesinin pozulmasına səbəb olmuşdur ki, bu da böhranın və sosialist sisteminin dağılmasının səbəblərindən biri olmuşdur.

Üfqi-struktur yanaşma iqtisadi mülkiyyət formalarının təsnifatını, eləcə də onun tip və növlərini müəyyən edir.

Göstərilən təsnifatın şərtləri və meyarları məhsuldar qüvvələrin inkişaf səviyyəsi, işçinin istehsal vasitələri ilə birləşməsinin xarakteri, subyektin resurslarla bağlı ixtiyarlılığının dərəcəsi, istehsalın nəticələri və idarə edilməsi, gəlirin bölüşdürülməsi mexanizmi və s.

Mülkiyyətin iki əsas növü var: *özəl və ictimai*. Özəl mülkiyyət elə mülkiyyət növüdür ki, mülkiyyət obyektinə sahiblik, ondan istifadə və gəlir əldə etmək müstəsna hüququ xüsusi (fiziki və ya hüquqi) şəxsə məxsusdur. Şəxsi mülkiyyət növü az əmək, tərəfdaşlıq (partnyorluq) və korporativ mülkiyyət formalarından istifadə etməklə fərdi əmək, ailə, fərdi mülkiyyət məcmusu kimi çıxış edir.

Özəl mülkiyyət onun bütün formalarında cəmiyyətin inkişafının güclü amili hesab edilir, çünki sahibkarlıq təşəbbüsünü, şəxsi və deməli, ictimai sərvətin artırılmasına marağı stimullaşdırır, ona iqtisadi seçim azadlığı, cəmiyyətdə müəyyən status, özünə hörmət, vərəsəlik hüququ verir, real əmlak məsuliyyətini təsdiq edir və s. [23, səh. 214-217]

Fərdi əmək mülkiyyəti onunla xarakterizə olunur ki, fiziki şəxs sahibkarlıq fəaliyyətində eyni zamanda öz istehsal vasitələrindən və əməyindən istifadə edir.

Əgər təsərrüfatda ailə üzvlərinin əməyi istifadə edilirsə, bu

cür mülkiyyət ailə əmək mülkiyyəti növünə (məsələn, fermer ailə təsərrüfatı) malikdir.

Fərdi şəxsi mülkiyyətçi muzzdlu işçinin təsərrüfat və əməyindən (daimi və ya mövsümi işlərdə) istifadə edə bilər.

Tərəfdaşlıq mülkiyyəti birgə sahibkarlıq fəaliyyətini həyata keçirmək məqsədi ilə bir neçə fiziki və ya hüquqi şəxsin kapitalının və ya əmlakının birləşməsidir. Tərəfdaş müəssisənin hər bir iştirakçısı tərəfdaş mülkiyyətində onun kapital və ya əmlak payını saxlayır.

Korporativ (səhmdar) mülkiyyət – səhmlərin buraxılması və satılması nəticəsində yaranmış mülkiyyətdir. Səhmlərin satışı hesabına yaradılmış kapitaldan başqa, səhmdar cəmiyyətinin mülkiyyət obyektini təsərrüfat fəaliyyəti nəticəsində əldə edilmiş digər əmlak da ola bilər. Korporativ mülkiyyətin xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, o, fərdi şəxsi və kollektiv mülkiyyətin xüsusiyyətlərini birləşdirir. Bir tərəfdən, səhm sahibləri kapital payının nominal və ya bazar qiymətinə, həmçinin onlardan əldə olunan gəlirlərə cavab verən fərdi mülkiyyətçiləridirlər. Bununla yanaşı, adi səhmdarlar səhmlər paketinin parçalanmasını nəzərə alaraq, səhmdar cəmiyyətinin bütün kapitalı ilə sərəncamda iştirak etmək hüququna malik deyillər. Cəmiyyətin kapitalını idarə etmək üçün real hüquq yalnız səhmlərin nəzarət paketinə malik olanlara məxsusdur. Əgər mülkiyyət, sərəncam və idarəetmə münasibətləri vasitəsilə korporativ mülkiyyətin reallaşdırılmasına baxsaq, onda öz paylarına sahiblik münasibətlərinin daşıyıcıları gəlir (dividend) alan səhmlərin ayrı-ayrı mülkiyyətçiləridir. Sərəncam və idarəetmə münasibətləri isə pərakəndə şəkildə (yəni hər bir səhm sahibi) deyil, səhmdar cəmiyyətinin kapitalını vahid mülkiyyət kimi sərəncam verən və idarə edən səhmlərin nəzarət paketinin sahibləri tərəfindən həyata keçirilir.

Beləliklə, səhmdar kapitalı səhmdarların şəxsi və kollektiv mənafeələrini optimal şəkildə nəzərə alaraq, xüsusi fərdi mülkiyyəti və ondan istifadənin kollektiv formasını birləşdirir. Bir tərəfdən, ayrı-ayrı şəxslərin səhmlərə sahib olması sayəsində korporativ mülkiyyət xüsusi mülkiyyətin (sahibkarlıq marağı, təşəbbüskarlıq,

seçim azadlığı, şəxsi, deməli, birgə kapitalın yığılması, müddətsiz və rəsəlik hüququ və s.) özündə daşdığı bütün müsbət cəhətləri qoruyub saxlayır. Digər tərəfdən, xüsusi mülkiyyət korporasiyanın ümumi strukturunda olaraq özünü daha yetkin istehsalın təşkilinin kollektiv formasından keçirir. Şəxsi mülkiyyətin reallaşdırılması mexanizminin keyfiyyətli təkamülü baş verir, o, özəl resurslardan səmərəli istifadənin təmin edilməsi məqsədi ilə kollektiv idarəetməyə doğru dəyişir. Bu mənada, səhmdar mülkiyyət klassik fərdi xüsusi mülkiyyətdən kənara çıxır və ona xas olan məhdudluqları aradan qaldırır. Bu inteqrasiya olunmuş mülkiyyət şəklində çıxış edir, onun ləyaqət, universallıq, cəlbədicilik və yayılması səbəblərini ehtiva edir.

İctimai mülkiyyət istehsal vasitələrinin və onun nəticələrinin ümumi mənimsənilməsi deməkdir. İctimai mülkiyyətin subyektləri bir-birinə bərabər hüquqlu həmfikirler kimi yanaşırlar. Belə şəraitdə fərdi mənimsəmənin əsas forması gəlirin bölüşdürülməsi, onun bölüşdürülməsinin ölçüsü isə əmək olur. İctimai mülkiyyət iki formada mövcuddur: *dövlət və kollektiv*.

Dövlət mülkiyyəti – dövlət hakimiyyəti orqanlarının (institutlarının) mütləq mülkiyyət hüququnu həyata keçirən münasibətlər sistemidir [23, səh. 210-214].

Dövlət mülkiyyəti *ümumdövlət və bələdiyyə mülkiyyətinə (kommunal)* bölünür.

Ümumdövlət mülkiyyəti - iqtisadi prosesin ayrı-ayrı iştirakçıları arasında paylara bölünməyən və fərdiləşməyən ölkənin bütün vətəndaşlarının ümumi mülkiyyətidir. Öz iqtisadi, sosial və müdafiə funksiyalarını yerinə yetirmək üçün dövlətə mülkiyyət lazımdır. Dövlət mülkiyyətinə təbii ehtiyatlar (torpaq, onun yeraltı sərvətləri, meşələr, sular, hava məkanı), energetika, nəqliyyat, rabitə, yollar, təhsil müəssisələri, milli mədəniyyət ocaqları, fundamental elm, müdafiə və kosmik obyektlər və s. daxil ola bilər.

Bələdiyyə (kommunal) mülkiyyəti regional dövlət orqanlarının (bölgələr, şəhərlər, rayonlar və s.) sərəncamında olan mülkiyyətdir.

Kollektiv mülkiyyətin aşağıdakı növləri vardır:

Kooperativ mülkiyyət – birgə fəaliyyətin həyata keçirilməsi

üçün könüllü əsaslarla yaradılmış ayrıca kollektiv üzvlərinin birgə mülkiyyətidir. Kooperativin mülkiyyəti onun üzvlərinin əmlakının birləşməsi, pul qoyuluşları və onların ümumi əmək fəaliyyətindən əldə edilən gəlirlər nəticəsində formalaşır. Kooperativin hər bir üzvünün vermiş payına və əmək töhfəsinə uyğun olaraq bölüşdürülən eyni idarəetmə və gəlir hüququ vardır.

Əmək kollektivinin mülkiyyəti - qüvvədə olan qanunvericiliyə uyğun olaraq istifadə edilən müəssisənin kollektivinin (satınalma və ya icarə şərtləri əsasında) sərəncamına dövlət və ya digər subyekt tərəfindən verilmiş ümumi mülkiyyətdir. Kollektiv mülkiyyət alqının mənbəyindən asılı olaraq müxtəlif növlərdə mövcud ola bilər. Əgər müəssisə yığılmış mənfəət hesabına alınbsa, müəssisənin kollektivinin bölünməz mülkiyyəti yaranır. Əgər müəssisə öz işçilərinin şəxsi gəlirləri hesabına alınbsa, pay mülkiyyəti yaranır.

İctimai və dini birliklərin mülkiyyəti şəxsi vəsaiti, vətəndaşların, təşkilatların ianələri hesabına və ya dövlət əmlakının verilməsi yolu ilə yaradılır. Belə mülkiyyətin subyektləri partiyalar, həmkarlar ittifaqları, idman cəmiyyətləri, kilsələr və digər ictimai təşkilatlardır.

Qarışıq mülkiyyət müxtəlif mülkiyyət formalarını - şəxsi, dövlət, kollektiv, kooperativ və sair, o cümlədən xarici subyektlərin mülkiyyətini birləşdirir.

İnkişaf etmiş Qərbi ölkələrində istehsalın səmərəli fəaliyyət göstərməsini təmin etmək məqsədilə müxtəlif mülkiyyət formasına malik müəssisələrin birləşməsi prosesi baş verir, (lakin onların hər birinin öz baza keyfiyyətini saxlamaq şərti ilə). Nəticədə *kombinə edilmiş mülkiyyət* formaları yaradılır: konsernlər, trestlər, holdinqlər, maliyyə-sənaye qrupları və digər birliklər. Belə birliyin hər bir iştirakçısı idarəetmə orqanına öz səlahiyyətlərinin elə bir həcmi verir ki, bu da ona xas olan mülkiyyət formasının əsas xassələrinin itirilməsinə gətirib çıxarmır.

8.5. Mülkiyyət münasibətlərinin inkişafının müasir tendensiyaları

Inkişaf etmiş ölkələrin müasir iqtisadiyyatı postindustrial inkişafın astanasındadır və mülkiyyət münasibətlərinin inkişafında dinamizm və ən yeni tendensiyalarla xarakterizə olunur.

Bu proseslərin nəticələrini aşağıdakı kimi qeyd etmək olar:

- mülkiyyət formalarının – özəl (iri, orta, kiçik, ailə), korporativ, kollektiv, kooperativ, dövlət və s. plüralizminin daha da genişləndirilməsi. Bu formalar qarşılıqlı fəaliyyət göstərir və bir-birini tamamlayır, onların hər biri öz "məhsuldar fəaliyyətini" tapır və ona qoyulmuş imkanların maksimum reallaşdırılmasını həyata keçirir. Bunun sayəsində bütövlükdə iqtisadiyyatın rəqabəti və səmərəli fəaliyyəti təmin edilir;
- aparıcı rol korporasiyalar və böyük firmalara məxsus olan qarışıq və birləşdirilmiş mülkiyyət formalarının əhəmiyyətli dərəcədə yayılması;
- mülkiyyət münasibətlərinin demokratikləşdirilməsi və sosiallaşdırılması proseslərinin gücləndirilməsi: əmək kollektivlərinin inteqrasiya olunmuş mülkiyyət formaları yaradılır, firmaların işçiləri arasında səhmlərin payı artırılır, onlar gəlirlərin idarə edilməsinə və bölüşdürülməsinə cəlb edilir, mənzillə, tibbi xidmət (korporativ tibbi sığorta) və s. ilə təmin edilir;
- mülkiyyət obyektlərinin strukturunun mütdərəqqi dəyişməsi: elmi biliklər, informasiya, kompüter proqramları, yeni texnologiyalar, kosmik obyektlər, yüksək ixtisaslı işçi qüvvəsi, mənəvi nemətlər və s. kimi mülkiyyət obyektləri prioritet təşkil edir;
- beynəlxalq əmək bölgüsünün dərinləşdirilməsi və ölkələr arasında iqtisadi əlaqələrin gücləndirilməsi əsasında beynəlxalq mülkiyyətin formaları və obyektləri genişlənir [23, səh. 221- 230].

IX FƏSİL

BAZAR İQTİSADİYYATININ ƏSAS SUBYEKTLƏRİ

9.1. Bazar iqtisadiyyatının subyektləri – mahiyyəti və funksiyaları

Bazar təsərrüfatı subyektlərinin sayı kifayət qədər çoxdur. Bunlar istehsalçılar və istehlakçılar, sahibkarlar və muzzdlu işçilər, sənayeçilər, bankirlər, tacirlər, ssuda kapitalının və qiymətli kağızların mülkiyyətçiləri və s. **Bazar iqtisadiyyatının subyektlərinin ümumi şəkildə üç böyük qrupa birləşdirirlər:**

- *dövlət*;
- *ev təsərrüfatı*;
- *sahibkarlar* [25, səh. 128-129].

Qeyd olunan subyektlər özünəməxsus funksiyaları yerinə yetirirlər.

Dövlətin funksiyaları aşağıdakılardır:

- iqtisadiyyatın dövlət sektorunda fəaliyyət göstərmək üçün iqtisadi resurslara tələb yaradır;
- pul təklif edir;
- birbaşa ödənişsiz və ya qismən ödənişsiz ictimai nemətlər təklif edir ki, bu da sahibkarlıq sektorunun məhsuldarlığına müsbət təsir göstərir və ev təsərrüfatlarının istehlak xərclərini azaldır;
- bazar iqtisadiyyatının hökumət tənzimlənməsini həyata keçirir.

Ev təsərrüfatlarının funksiyaları aşağıdakılardır:

- istehsal amillərin mülkiyyətçiləri kimi resurs bazarında əmək, torpaq, kapital təklif edirlər;
- resursların satışından gəlir əldə edirlər;
- şəxsi ehtiyacların ödənilməsi üçün istehlak mallarının və xidmətlərin əldə edilməsi üçün gəlirlərdən istifadə edirlər.

Sahibkarların funksiyaları aşağıdakılardır:

- resurslara tələb yaradırlar;
- sahibkarlıq və dövlət sektoru üçün (investisiya maddi mallar və istehsal xidmətləri), həm də ev təsərrüfatları üçün

(istehlak malları və qeyri-maddi mallar) maddi mallar və xidmətlər təklif edir;

- əldə olunan gəlirləri investisiya şəklində yatırırırlar.

9.2. Dövlət bazar iqtisadiyyatının subyekti kimi

İqtisadi quruluşun real modeli həm iqtisadiyyatın səmərəli işləməsini təmin edən bazar mexanizmindən, həm də dövlət tənzimləmə mexanizmindən bir sıra problemlərin həlli üçün istifadə etməyi nəzərdə tutur [23, səh. 264-270].

Bazar iqtisadi sistemləri şəraitində dövlətin əsas vəzifələri aşağıdakılardır:

- * *bazar mexanizminin fəaliyyətinin hüquqi təminatı;*
- * *pul dövriyyəsinin təşkili və tənzimlənməsi;*
- * *müdafiə və rəqabətin inkişafına yardım;*
- * *ictimai nemətlərin istehsalı;*
- * *əməliyyat xərclərinin minimallaşdırılması;*
- * *xarici effektlərin kompensasiyası (eksternalium);*
- * *makroiqtisadi tərəddüdlərin minimallaşdırılması;*
- * *maliyyə siyasəti vasitəsilə gəlirlərin yenidən bölüşdürülməsi;*

* *dünya iqtisadiyyatında milli maraqların reallaşması.*

Xarici təsirlər (eksternaliyalar) - bazar razılaşmasında iştirak etməyən subyektlər tərəfindən iqtisadi nemətlərin istehsalı və istehlakı ilə əlaqədar xərclər və faydalardır. Xarici təsirlər mənfi və müsbət ola bilər. Müsbət təsirlər o zaman baş verir ki, hər hansı nemətin istehsalı və ya istehlakı üçüncü şəxslərə ödənilməyən faydalar gətirir. Hər hansı nemətin istehsalı və ya istehlakı üçüncü şəxslərin kompensasiya olunmayan xərclərini şərtləndirdiyi hallarda mənfi təsirlər meydana çıxır.

Müsbət eksternaliyaların nəticəsi fərdi faydalılıq üzərində nemətlərin ictimai faydalılığını aşmaqdır. Bu artıq bazar tərəfindən kompensasiya edilmir, çünki bazar yalnız fərdi faydalılığını ödəyir. Ona görə də bazar belə nemətlərin istehsalına kifayət qədər resurs göndərmir. Mənfi xarici təsirlərin nəticəsi sahibkarın faktiki

xərclərinin azaldılmasıdır ki, bu da həmin nemətlərin təklifinin tarazlıq səviyyəsindən artmasını və qiymətlərin nisbətən optimal səviyyəyə düşməsinə şərtləndirir. Buna görə də, bazar resursları optimal həcmdən artıq mənfə təsir göstərən iqtisadi nemətlərin istehsalına yönəldir.

İngilis iqtisadçısı Artur Piqu xarici təbiətin tədqiqi nəticəsində dövlət tərəfindən "Piqu vergisi" kimi elmi ədəbiyyatda tanınan xarici təsirləri aradan qaldırmaq üçün müəyyən bir verginin tətbiq edilməsini təklif etmişdir.

Xarici effektlərin öyrənilməsi əsasında Amerika iqtisadçısı Robert Kouz A.Piqunun nəticəsinə zidd olan aşağıdakı nəticələrə gəlmişdir:

- Əgər mülkiyyət hüququ qanunvericiliklə dəqiq müəyyənləşdirilibsə və insanlar onlara diqqətlə əməl edirlərsə, heç bir xarici effekt yaranmır, "bazardan imtina" və dövlətin iqtisadi həyata müdaxilə etməsinə ehtiyac yoxdur.

- Xarici təsirlər yalnız mülkiyyət hüquqlarının "bulandığı" yerdə baş verir. Onlar aydın müəyyən olduğu eyni yerdə, xarici təsir daxili təsirə çevrilir.

- Bazarın uğurla fəaliyyət göstərməsi üçün tranzaksiya xərcləri (bazar mexanizmindən istifadənin xərcləri) birinci dərəcəli əhəmiyyət kəsb edir.

- Dövlət tənzimlənməsi yalnız dövlət müdaxiləsi "bazardan imtina etmə" ilə bağlı məsrəflərin az olacağı təqdirdə özünü doğruldur.

Beləliklə, əgər mövcud xarici təsirlər xərclərin və faydanın pul qiymətləndirilməsini təhrif edirsə, bu da resursların səmərəsiz bölüşdürülməsini şərtləndirirsə, onda bazar sistemi ictimai nemətləri istehsal etmir, yaxud ictimai nemətləri cəmiyyətin onlara ehtiyacı olduğundan əhəmiyyətli dərəcədə az istehsal edir.

Adi şəxsi nemətlərdən fərqli olaraq, onlardan istifadə pul (alış - veriş) vasitəsilə əldə edilməsini nəzərdə tutursa, ictimai nemətlər (milli müdafiə, dövlət idarəçiliyi, ətraf mühitin qorunması, küçələrinin işıqlandırılması və s.) istehlak olunur, çünki istehsal edilir. İctimai nemətlərdən istifadə yalnız onların yaradılması və ya istehlakı-

nın ödənilməsi xərclərini həyata keçirənlər deyil, həm də bunun üçün heç nə xərcləməyənlər faydalanır. İctimai nemətlərin istehsalına çəkilən xərclər vergitutma formasında götürmə yolu ilə həyata keçirilir.

9.3. Ev təsərrüfatları bazar iqtisadiyyatının subyekti kimi

Ev təsərrüfatı bir və ya bir neçə nəfərin tərkibində iqtisadi vahiddir; insan kapitalının istehsalını və təkrar istehsalını təmin edir. O, istehlak bazarında müstəqil şəkildə qərarlar qəbul edir. Ev təsərrüfatı hər hansı istehsal amilinin (torpaq, kapital, işçi qüvvəsi) mülkiyyətçisidir. Öz tələbatlarını maksimum dərəcədə ödəməyə çalışır. Ev təsərrüfatı ailələrdən başqa istehsalatla məşğul olan təşkilatlar (kilsə, həmkarlar ittifaqı, partiya) da adlandırıla bilər.

Ev təsərrüfatı – iqtisadi fəaliyyətin üç subyektindən biridir. Ev təsərrüfatı insanların, ailənin daim yaşadığı yerlərdə baş verən iqtisadi obyektləri və prosesləri əhatə edir.

Ev təsərrüfatı ümumi büdcə və yaşayış yeri ilə birləşən bir və ya daha çox şəxsdən ibarət təsərrüfat vahidi kimi şərh edilir, iqtisadiyyatı resurslarla təmin edir və insanın maddi tələbatını ödəyən mal və xidmətlər əldə etmək məqsədi ilə onlar üçün alınan puldan istifadə edir. Ev təsərrüfatı anlayışı bütün istehlakçıları, muzzdlu işçiləri, iri və xırda kapital sahiblərini, torpaqları, istehsal vasitələrini, ictimai istehsalda məşğul olan və işləməyən şəxsləri birləşdirir.

Ümumiyyətlə, ev təsərrüfatını hər hansı bir istehsal resursuna malik olan və şəxsi tələbatlarını tam ödəməyə çalışan bir və ya bir neçə nəfərdən ibarət müstəqil iqtisadi vahid kimi səciyyələndirmək olar.

Ev təsərrüfatının əsas əlamətləri bunlardır:

- *birgə yaşayış və məişətin təşkili;*
- *birgə təsərrüfatın aparılması;*
- *müəyyən resurslara malik olmaq;*
- *təsərrüfat qərarlarının qəbul edilməsində müstəqillik;*

- ehtiyacların maksimum ödənilməsinə çalışmaq.

Ev təsərrüfatlarının növləri:

1) vahid ev təsərrüfatları, yaxud ev təsərrüfatları;

Vahid ev təsərrüfatları tək-tək, ayrı-ayrı və ya bir neçə ailə, eləcə də birlik şəklində olan ailələrdən ibarətdir.

2) qrup şəklində ev təsərrüfatları.

Qrup şəklində ev təsərrüfatları müxtəlif yataqxanalarda və internatlarda, əsgər kazarmalarında, monastır hücrələrində və islah əmək müəssisələrinin baraklarında öz məişətini birgə təşkil etmək və təchiz etmək üçün daimi və ya müvəqqəti insan qrupları tərəfindən yaradılmışdır.

Ev təsərrüfatları aşağıdakı xüsusiyyətlərə görə təsnif edilir:

* ərazi regional mənsubiyyəti (sahə, bölgə, ölkənin təbii-iqlim zonası və s.);

* demoqrafik xarakteristikası (ailə və qeyri-ailə ev təsərrüfatları, ev təsərrüfatı üzvlərinin sayı, cins - yaş xüsusiyyətləri);

* əmlak xarakteristikası (mənzilin xarakteri, otaqların sayı, avtomobilin mövcudluğu, bağ evi, torpaq sahəsi və s.);

* gəlir xarakteristikası (orta gəlir, gəlir qrupu, gəlir mənbələri və s.);

* iqtisadi xarakteristikası (məşğulluq, istehsal sahəsi, iqtisadiyyat sektoru, müəssisənin növü, vəzifəsi və s.);

* əmək potensialı (əmək qabiliyyətli sayı, təhsil səviyyəsi, peşə hazırlığı və s.);

* ev təsərrüfatının sosial vəziyyəti (ailənin rəhbəri və ya maksimum gəlir əldə edən ailə üzvü tərəfindən müəyyən edilir).

İqtisadi subyektə xarakteristika vermək üçün aşağıdakıları qeyd etmək lazımdır:

- onun gəlirlərinin mənbəyi və həcmi;

- onun xərclərinin istiqamətləri və həcmi.

Ev təsərrüfatı - əmlakdır, pul vəsaitidir, insanların ev şəraitində istifadə etdiyi əmək alətləridir. O, insanların, ailələrin həyatında gedən iqtisadi prosesləri əhatə edir.

Ev təsərrüfatının gəlirləri fərdi gəlirlərdir. Onlar aşağıdakılar

hesabına formalaşır:

- əmək haqqı;
- əmək;
- mülkiyyətçinin mənfəəti;
- kapital;
- faiz və dividend;
- səhmdar cəmiyyətində iştirak;
- renta;
- təbii ehtiyatlar (torpaq).

Hər bir ev təsərrüfatının gəlirləri üç istiqamətdə xərclənir:

- * dövlətə vergilərin ödənilməsi;
- * şəxsi ehtiyacların ödənilməsi;
- * şəxsi əmanətlərin formalaşdırılması [23, səh. 232-253].

Əmanətlər - ev təsərrüfatının illik şəxsi gəlirinin vergidən sonrakı istifadə olunmayan hissəsidir.

Əmanətlərin aşağıdakı növləri fərqlənir:

- ev (nağd pul şəklində);
- institusional (bank depozitləri, sığorta siyasəti, istiqrazlar, səhmlər, və s.):

a) "qoruyucu" - məbləğin ilkin alıcılıq gücünü qorumaq üçün tədbirlərdir. Onlar gözlənilməz hallardan müstəqil sığorta rolunu yerinə yetirirlər.

b) "spekulyativ" - pul məbləğinin alıcılıq gücünü artırmaq üçün hərəkətlərdir. Onlar bazar iqtisadiyyatı qaydaları əsasında özünəməxsus "ailə biznesi" rolunu yerinə yetirirlər.

Ümumilikdə, əmanət - real nemətlərə (mal və xidmətlərə) təxirə salınmış tələbdir və bu "təxirə salma" əmanəti bazar iqtisadiyyatı üzərində asılı olan daimi "damokl qılıncı"na çevirir, yəni:

* əmanətlərin nisbi artımı (şəxsi gəlir artdıqca) istehlak malları və xidmətlərə tələbatın nisbətən azalması deməkdir ki, bu da həmin malların istehsalının azalmasına və qeyri-məşğulluğun (işsizliyin) artmasına səbəb ola bilər;

* "ev" əmanətlərinin üstünlüyü ölkə iqtisadiyyatını sarsıda

bilər, buna görə də institusional əmanətləri, yəni ölkənin döviyyə-sində (iqtisadiyyatında) pulun iştirakını stimullaşdırmaq lazımdır.

İstehlak xərcləri şəxsi gəlirlərin elə bir hissəsidir ki, o, birdəfəlik və faizsiz şəkildə istehsalçılara gedir.

İstehlak xərcləri obyektləri arasında aşağıdakıları ayırmaq olar:

- 1) qısa müddətli istifadə malları (müddəti bir ildən az);
- 2) uzunmüddətli istifadə olunan mallar (müddəti bir ildən çoxdur)

Ev təsərrüfatı ən mühüm bazar institutlarından biridir. Bazar münasibətlərinin inkişafında ev təsərrüfatlarının rolu nisbətən böyükdür və aşağıdakı məqamlarla müəyyən edilir:

* *birincisi*, ev təsərrüfatları istehlak tələbatının zəruri səviyyəsinə təmin edir, bu olmadan bazar mexanizminin fəaliyyəti mümkün deyil;

* *ikincisi*, ev təsərrüfatlarının əmanətləri yığımların və investisiyaların mənbəyidir ki, bu da inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyat şəraitində çox vacibdir.

* *üçüncüsü*, ev təsərrüfatları istehsal amillərinin (sahibkarlıq qabiliyyəti və əmək) bazarında təklifin subyektləridir.

* *dördüncüsü*, məhz ev təsərrüfatı insan kapitalının istehsalı və satışı üçün əsasdır.

* *beşincisi*, ev təsərrüfatlarının ailə biznesini qurmaq imkanı təkcə şəxsi rifahın artmasına deyil, bütövlükdə bazar iqtisadiyyatının inkişafına da kömək edir.

Bazar iqtisadiyyatının subyektlərindən biri əsasən müasir iqtisadiyyatın təbii sektorunu təmsil edən ev təsərrüfatıdır. Firmalarla və dövlətlə yanaşı, o, maliyyə qərarları qəbul edən və iqtisadiyyatı ilkin istehsal resursları ilə təchiz edən bir və ya daha çox şəxsə ibarət iqtisadi vahiddir. Resurslara görə alınan vəsait insanın birbaşa maddi, mənəvi və sosial tələbatını ödəyən mal və xidmətlərin əldə edilməsi üçün istifadə olunur. Beləliklə, ev təsərrüfatları ehtiyacların ödənilməsi üçün təsərrüfat fəaliyyəti göstərən mütəşəkkil subyektlərdir.

Real (bazar) iqtisadiyyatında resursların bütün kütləsi öz

növbəsində bir çox konkret resurs bazarlarından ibarət məcmu resurs bazarını təşkil edir. Bu resursların mülkiyyətçiləri əsasən ev təsərrüfatlarıdır. Resursların sahibi firmalar və ya dövlət olduqda, sonuncular müstəqil resurs mülkiyyətçiləri kimi, yəni ev təsərrüfatları kimi çıxış edirlər. Gündəlik iqtisadi vəziyyətdə amil resurslarının ödənilməsinin bütün növləri gəlir və ya mənfəətin ümumi-ləşdirici şərtləri şəklində çıxış edir.

Bazar subyektləri satıcılar və alıcılardır. Satıcılar və alıcılar qismində ev təsərrüfatları, firmalar (müəssisələr, biznes), dövlət (hökumət) çıxış edirlər. Ev təsərrüfatları (bir və ya bir neçə şəxsin tərkibində) bir tərəfdən mal və xidmətlərin alıcılarıdır, digər tərəfdən isə onların sərəncamında istehsal amillərinə (əməyə, satdıqları və ya icarəyə verə biləcəyi torpağa) malikdirlər. Onlar səhmlərə sahib ola bilirlər, bunun sayəsində onlar istehsal (kapital) vasitələrinin sahiblərinə çevrilirlər. Bundan başqa, ev təsərrüfatları firmalar və dövlət müəssisələri tərəfindən təqdim olunan məhsul və xidmətlər bazarında alıcılar kimi çıxış edirlər. Eyni zamanda, özləri resurs bazarında satıcı kimi çıxış edirlər. İstehsal amillərinin (ilk növbədə işçi qüvvəsinin) həyata keçirilməsindən əldə edilən gəlirlər şəxsi ehtiyacları ödəmək üçün istifadə olunur.

Firmalar öz sərəncamlarında pul kapitalına malik olaraq ev təsərrüfatlarından resurs bazarında lazımı istehsal amillərini qazanırlar, onlardan məhsul və xidmətlərin istehsalı üçün istifadə edirlər. Onların əsas məqsədi mənfəət əldə etməkdir. Onların istehsal etdikləri mal və xidmətləri firmalar istehsal fəaliyyətinin genişləndirilməsi üçün əldə etdikləri gəlirlərdən istifadə edərək ev təsərrüfatlarına mal və xidmət bazarında satırlar.

Dairəvi dövriyyə modelində ev təsərrüfatlarına və firmalara ölkənin milli müdafiə sistemi, təhsil və tibbi xidmət sistemi və s. vasitəsilə öz xidmətlərini göstərən dövlət də iştirak edir. Onlardan isə dövlət biznes fəallığı üçün zəruri olan resursları, malları və xidmətləri alır.

Xidmətlərin göstərilməsindən başqa, dövlət firmalara və ev təsərrüfatlarına müxtəlif pul ödənişləri həyata keçirir. Əsasən transfert ödənişlərdən söhbət gedir. Transfert ödənişlərinin vacib

hissəsi sosial ehtiyaclar üçün dövlət pul ödənişləridir - (pensiylar, müavinətlər və əhalinin əmək qabiliyyəti olmayan, işsiz və digər aztəminatlı təbəqələrinə yardımın digər növləri). Transfert ödənişlərinin ikinci istiqaməti dotasiya və subsidiyalardır (bəzi malların və xidmətlərin istehsalını təşviq etmək üçün dövlət firmalarına verilən pul ödənişləri). Subsidiyalar və dotasiyalar həm mal və xidmət istehsalçılarına, həm də ev təsərrüfatları da daxil olmaqla, onların istehlakçılarına verilə bilər.

9.4. Sahibkarlar bazar iqtisadiyyatının subyekti kimi

Bazar münasibətlərinin inkişafı şəraitində ölkədə cəmiyyətin qarşısında duran vəzifələr arasında sahibkarlığın fəal iqtisadi fəaliyyət forması kimi inkişaf etdirilməsi mühüm yer tutur.

Sahibkarlıq dedikdə, maraqlı şəxslərin və müəssisələrin qarşılıqlı faydasına yönəlmiş fiziki və hüquqi şəxslərin öz riski və əmlak məsuliyyəti altında təşəbbüskar müstəqil təsərrüfat fəaliyyəti başa düşülür. Sahibkarlıq koordinasiya mexanizmlərini, bazar və rəqabət vasitəsilə inkişaf strategiyasının işlənilməsini, təsərrüfat subyektləri arasında əlaqələri yaradır. Sahibkarlıq fəaliyyəti sosial amillərlə də şərtlənir (öz vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasının axtarışı).

Sahibkarlıq fəaliyyəti dedikdə, həyata keçirilən sövdələşmələrin ardıcıl və ya paralel məcmusu başa düşülür ki, bunların da hər biri nisbətən qısa, dəqiq müəyyən edilmiş vaxt intervalı ilə məhdudlaşır. Sahibkarlıq fəaliyyətinin subyektləri aşağıdakılar ola bilər: ölkə vətəndaşları, xarici dövlətlərin vətəndaşları və tərəfdaşların birləşməsi [11, səh. 273-285].

Vətəndaşlar fərdi sahibkar kimi dövlət qeydiyyatına alındığı andan hüquqi şəxslər yaratmadan sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaq hüququna malikdirlər. Tərəfdaşların sahibkarlıq subyektləri kimi birlikləri həm şəxsi, həm də qanuni əsaslarla əldə edilmiş əmlakdan istifadə edərək müxtəlif təsərrüfat birlikləri formasında çıxış edə bilərlər. Sahibkarın rəsmi statusu muzzdlu əmək və ya hüquqi şəxs tətbiq edilmədən fərdi sahibkarlığın iştirakçısı kimi

fiziki şəxsin qanunla müəyyən edilmiş çərçivədə muzzdlu əmək cəlb etməklə müəssisə kimi dövlət qeydiyyatından sonra əldə edilir.

Sahibkarların hüquqları, vəzifələri, məsuliyyəti və zəmanətləri ölkənin qanunları ilə tənzimlənilir.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin hər bir subyektinin aşağıdakı hüquqları vardır:

- müəssisənin təsis edilməsi, əldə edilməsi və dəyişdirilməsi, habelə müəssisənin əmlak mülkiyyətçisi ilə müqavilə bağlamaq, bank müəssisələrində hesabları açmaq, hesablaşma, kredit və kassa əməliyyatlarının bütün növlərini həyata keçirmək yolu ilə sahibkarlıq fəaliyyətini başlamaq və aparmaq;

- vətəndaşların və hüquqi şəxslərin maliyyə vəsaitlərini, əqli mülkiyyət obyektlərini, əmlakını və ayrı-ayrı əmlak hüquqlarını müqavilə əsasında cəlb və istifadə etmək;

- istehsalat proqramını müstəqil şəkildə formalaşdırmaq, şəxsi məhsullarının tədarükçülərini və istehlakçılarını seçmək, ölkənin qanunvericiliyi və müqavilələri ilə müəyyən edilmiş həddə qiymətlər təyin etmək;

- xarici iqtisadi fəaliyyəti həyata keçirmək, valyuta əməliyyatları aparmaq;

- müəssisənin idarə edilməsi üzrə inzibati-sərəncam fəaliyyətini həyata keçirmək;

- mövcud qanunvericiliyə və müəssisənin nizamnaməsinə uyğun olaraq işçiləri müəssisənin adından və ya müstəqil olaraq işə götürmək və işdən çıxarmaq;

- ölkənin qanunvericiliyinə, müqaviləyə və müəssisənin nizamnaməsinə uyğun olaraq vergilərin ödənilməsindən və digər məcburi ödənişlərin ödənilməsindən sonra qalan müəssisənin sahibkarlıq fəaliyyətindən əldə olunan mənfəəti sərbəst şəkildə idarə etmək;

- dövlət sosial təminat, tibbi və sosial sığorta sistemlərinin xidmətlərindən istifadə etmək;

- sahibkarların ittifaqlarını, assosiasiyalarını və digər birliklərini yaratmaq;

- vətəndaşların, hüquqi şəxslərin, dövlət idarəetmə orqanlarının qanunla müəyyən edilmiş qaydada məhkəməyə (arbitraja) etiraz etməsi.

Eyni zamanda, qanun sahibkarın vəzifələrini də müəyyən edir. Bu vəzifələr aşağıdakılardır:

- ölkənin qanunvericiliyindən və onun (sahibkarın) müqavilələrindən, o cümlədən müəssisənin əmlakının mülkiyyətçisi ilə müqavilələrdən irəli gələn öhdəlikləri yerinə yetirmək;

- ölkənin qanunvericiliyinə uyğun müstəqil olaraq və ya müəssisənin adından mizdla işləyən vətəndaşlarla və ya təşkilatlarla əmək müqavilələri bağlamaq;

- müəssisənin maliyyə vəziyyətindən asılı olmayaraq bağlanmış müqavilələrə əsasən müəssisənin bütün işçiləri ilə tam hesablaşmaları həyata keçirmək;

- mizdla işləyən vətəndaşların sosial, tibbi və digər icbari sığortalarını həyata keçirmək, onlara ölkə qanunvericiliyinə və kollektiv müqaviləyə uyğun olaraq əmək fəaliyyəti üçün şəraiti təmin etmək;

- əlillərin və əmək qabiliyyəti məhdud olan digər şəxslərin sosial müdafiəsi üzrə mərkəzi və yerli hakimiyyət orqanlarının qərarlarını yerinə yetirmək;

- müəssisənin gəlirləri haqqında bəyannaməni vaxtında təqdim etmək və ölkə qanunvericiliyi ilə müəyyən edilmiş qaydada və miqdarda vergi ödəmək;

- kreditorlar qarşısında öhdəliklərin yerinə yetirilməsi mümkün olmadıqda, müəssisənin müflisləşməsinə bəyan etmək.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkilinin əsas forması *müəssisədir*. *Müəssisə* bazar iqtisadiyyatında fəaliyyət göstərən, tələbatdan istifadə edən məhsulların istehsalı, işlərin görülməsi və xidmətlərin göstərilməsi üçün maddi və informasiya resurslarından ictimai tələbatı ödəmək və mənfəət əldə etmək məqsədi ilə istifadə edən ayrıca təsərrüfat subyektidir. Müəssisə öz fəaliyyətini həyata keçirmək üçün mülkiyyət hüququ və ya tam təsərrüfat idarəçiliyi ilə ona mənsub ola bilən əmlakı formalaşdırmalıdır.

Müəssisənin əmlakının mənbələri aşağıdakılardır:

- * təsisçilərin pul və maddi haqları;
- * məhsulların, işlərin və xidmətlərin satışından əldə edilən gəlirlər;
- * qiymətli kağızlardan əldə edilən gəlirlər, müxtəlif səviyyəli büdcələrdən kapital qoyuluşları və dotasiyalar;
- * dövlət müəssisələrinin əmlakının qanunvericiliklə qadağan edilməyən səhmdar, müsabiqə, hərrac, tender və digər mənbələr vasitəsilə alınması.

Başqa sözlə, müəssisə - müxtəlif malların, işlərin və xidmətlərin istehsalı və bölüşdürülməsi üçün bir və ya bir neçə spesifik funksiyanı yerinə yetirən zavod, fabriki, kombinat və s. şəkildə təşkilatdır.

Struktur üzrə müəssisə mülkiyyətdə, təsərrüfat və ya operativ idarəçilikdə ayrıca əmlaka malikdir və şəxsi öhdəlikləri üzrə bu əmlakla məsuliyyət daşıyır, əmlak və şəxsi qeyri-əmlak hüquqlarını öz adından əldə edə və həyata keçirə, vəzifələr daşıya, məhkəmədə iddiaçı və cavabdeh ola bilər.

Müəssisə müxtəlif parametrlər üzrə təsnif edilə bilər:

- * ***Sənaye mənsubiyyətinə görə:***
 - a) sahənin maddi istehsalı (sənaye, tikinti, kənd təsərrüfatı);
 - b) qeyri-istehsal sferasının sahələri (mənzil kommunal təsərrüfatı, nəqliyyat, rabitə və s.);
 - c) əhaliyə sosial xidmət sahələri (səhiyyə, elm, mədəniyyət və incəsənət, maarifləndirmə, müdafiə və s.).

* ***Kəmiyyət parametrlərinə görə:***

- a) kiçik müəssisələr və ya kiçik biznes - 100 nəfərə qədər;
 - b) orta müəssisələr və ya orta biznes - 500 nəfərə qədər;
 - c) böyük müəssisələr və ya böyük biznes - 500-dən çox.
- * ***Keyfiyyət parametrləri üzrə:***
 - a) mülkiyyət növü (fərdi, qarışıq, dövlət, bələdiyyə, dini, kooperativ);
 - b) buraxılan məhsulların həcmi və çeşidi;
 - c) sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkilati-hüquqi formaları.

X FƏSİL MÜASİR TƏSƏRRÜFAT FƏALİYYƏTİNİ SƏCİYYƏLƏNDİRƏN ƏSAS ANLAYIŞLAR

10.1. Biznes, sahibkarlıq, kommersiya - mahiyyəti və məzmunu, oxşar və fərqli cəhətləri

Müasir təsərrüfat fəaliyyəti "sahibkarlıq", "sərəncam vermək hüququ", "kommersiya", "menecment", "marketing" terminləri ilə səciyyələnir. Artıq dərslərimizin VIII fəslində sahibkarlıq və sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında müəyyən məlumatlar verilib. Bu fəsilə həmin anlayışlar haqqında daha geniş izah veriləcək.

Sahibkarlıq – gəlir əldə etmək məqsədi ilə yenilik, risk və ixtiraçılıqdan istifadə etməklə təsərrüfat fəaliyyətidir. Ancaq geniş mənada bu, iqtisadiyyat sahəsində təşəbbüskarlıq və fəallıqdır. Dar mənada isə, mülkiyyətçinin və ya təsərrüfat subyektinin iqtisadi fəaliyyətidir.

Uzun müddət bizdə bu termin nəzərə alınmırdı, bunun əvəzinə "təsərrüfat fəaliyyəti" termini işlədilirdi. ***Bu terminin bizim iqtisadi dilimizə qayıtması aşağıdakı zəruri şərtlərin qəbul edilməsi ilə əlaqədar idi:***

- iqtisadi və hüquqi müstəqilliyi olan təsərrüfat subyektlərinin formal deyil, real olması;
- iqtisadi münasibətlərin təsərrüfat fəaliyyət növünü və agentlərini təsərrüfatçılar tərəfindən seçmək azadlığı;
- müxtəlif mülkiyyət formalarının, o cümlədən özəl mülkiyyət formasının mövcudluğu hüququnun tanınması.

Ölkəmiz müstəqillik əldə etdikdən sonra sahibkarlıq fəaliyyəti ilə bağlı ilk Qanun - "Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu idi. "Bu Qanun Azərbaycan Respublikasında sahibkarlığın prinsiplərini, sahibkarlıq fəaliyyəti subyektlərinin hüquqlarını və vəzifələrini, onun dövlət tərəfindən müdafiə və təqdir olunmasının forma və üsullarını, sahibkarların dövlət orqanları və müvafiq icra hakimiyyəti orqanının yaratdığı qurumlar ilə qarşılıqlı münasibətlərini müəyyənləşdirir. Qanun

mülkiyyətin bütün formalarının bərabərliyi prinsipinin həyata keçirilməsi, müstəqil olaraq fəaliyyət sahələri seçilməsi və iqtisadi qərarlar qəbul edilməsi əsasında iqtisadi təşəbbüsün və işgüzarlığın geniş təzahür etməsi üçün şərait yaradılmasına yönəldilmişdir" [2].

"Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanuna görə: "*sahibkarlıq fəaliyyəti* - şəxsin müstəqil surətdə həyata keçirdiyi, əsas məqsədi əmlak istifadəsindən, malların istehsalından və (və ya) satışından, işlər görülməsindən və ya xidmətlər göstərilməsindən mənfəət (fərdi sahibkarlar tərəfindən gəlir) götürülməsi olan fəaliyyətdir" [2].

Sahibkarlıq aşağıdakı xüsusiyyətlərlə xarakterizə olunur:

1) yalnız təsərrüfat fəaliyyətinin və onun metodlarının seçilməsində azadlıq, müstəqillik deyil, ən əsası yenillikdir

2) qəbul edilən qərarlar və onların nəticələri üçün məsuliyyət və bununla əlaqəli risk. Məsuliyyətlə bağlı olmayan fəaliyyət sahibkarlıq deyil, tapşırıq üzrə sadə sərəncamdır;

3) iqtisadi və bəlkə mənəvi uğur qazanmaq üçün istiqamətdir.

Sahibkarlıq xüsusi funksiyanı yerinə yetirir - iqtisadiyyatın inkişafını və təkmilləşdirilməsini təmin etmək, daim yeniləşdirmək, ənənəvi strukturları qıran və yeniyə yol açan innovasiya mühitinin yaradılması.

Hal-hazırda sahibkarlığın aşağıdakı formaları daha geniş yayılmışdır:

- fərdi;

- birgə;

- risk (vençur), yəni elmi-texniki tərəqqinin bələdçiləri və kəşfiyyatçıları olan innovativ firmalar.

Sahibkarlığın mahiyyəti ondan ibarətdir ki, bu, bazar təsərrüfatçılığının xüsusi spesifik sahəsi, eyni zamanda, insan təsərrüfat fəaliyyətinin müasir cəmiyyətdə üsulu və prosesidir. Sahibkarlıq fəaliyyəti istehsalın aparıcı amili hesab olunur.

"Sahibkar" - elmi dövriyyədə bu söz müasir mənasında XVIII əsrdə istifadə edilməyə başladı. Bəzi tədqiqatçılar hesab edirlər ki, "sahibkar" termini ingilis iqtisadçısı R. Kantilyon, digər-

ləri isə fransız iqtisadçı J.B.Sey tərəfindən təqdim edilmişdir. Qeyd etmək vacibdir ki, "sahibkar" termininin elmi dövriyyədə yaranması vaxtı bu terminin nəzərdə tutulduğu fəaliyyətin yaranma vaxtı ilə eyniləşdirmək olmaz. İnsan fəaliyyətinin bir növü kimi sahibkarlığın yaranması fərdin təsərrüfat fəaliyyətində sərbəst özünüifadə etməsində insanın ehtiyacı ilə birbaşa bağlıdır. Bu mənada sahibkarlıq insan cəmiyyətinin yarandığı vaxtdan mövcuddur.

Sahibkarlıq fəaliyyəti bütün digər istehsal amillərinin əlaqələndirilməsi və birləşdirilməsi üzrə yüksək ixtisaslı fəaliyyətlə təqdim edilmiş xüsusi insan kapitalı növü kimi sahibkarlıq qabiliyyətindən, istehsal prosesində kommertiya əsasında yeni məhsul və xidmət növlərini, texnologiyaları tətbiq etmək, istehsalı müəyyən dərəcədə risk altında təşkil etmək bacarığı və istəyi ilə fərqlənməlidir.

Xarici ədəbiyyatlarda sahibkarlığın mahiyyəti ilə bağlı müxtəlif mövqələr tapmaq olar. Belə ki, Y.N.Osipovun "Sahibkarlıq işinin əsasları" dərslində sahibkarlıq "faydalı məhsuldar fəaliyyət - məhsulun hazırlanması və ya xidmət göstərilməsi vasitəsilə pulun düzəldilməsi prosesi" anlayışı ilə assosiasiya olunur. K.Marks sahibkarlığı dəyərin artımın özünü təmin etməsi ilə əlaqələndirirdi. Holborn Universitet Kollecinə (Böyük Britaniya) hazırlanan sahibkarlıq üzrə müasir Qərb dərslində sahibkarlıq "fərdi şəxslər, sahibkarlar və təşkilatlar tərəfindən təbii nemətlərin əldə edilməsi, malların istehsalı və ya alınması, satılması, yaxud digər mallar, xidmətlər və pul müqabilində maraqlı şəxslərin və ya təşkilatların xeyrinə həyata keçirilən fəaliyyət" kimi səsəiyələndirilən "biznes" anlayışı ilə göstərilir. Q.Qinsin əsərində sahibkarlıq üç müxtəlif sahələrdə davam edən proses kimi baxılır: *sənaye, kommertiya, maliyyə*. Həmin fəaliyyət sahələrinə müvafiq olaraq sahibkar sənayeçi, kommertiyaçı, maliyyəçi kimi araşdırılır. Bu məsələ ilə bağlı tədqiqatçıların əksəriyyətinin mövqeyi sahibkarlıqda ən əhəmiyyətli risk kimi ayrılmasıdır ki, bu da sahibkarın əməyi ilə bağlıdır. Bu cür yanaşma V.Avtonomovun "Sahibkarlıq ensiklopediyası" əsərində yer alır. Amerika iqtisadçısı Y.Şumpeter sahibkarlığın ən dəqiq spesifikasını ifadə edib. O qeyd edirdi ki,

"sahibkar olmaq başqalarının nə etdiklərini, həmçinin necə etdiklərini təkrarlamaq deyil".

Bu fikirlər iqtisadi ədəbiyyatda "biznes" və "sahibkarlıq" anlayışlarında qarışıqlıq olduğunu göstərir [23, səh. 190-195].

Sahibkarlıq biznes formalarından biridir. Biznes daha çox aşağıdakı kimi xarakterizə olunur:

- iş (əmək);
- gəlir və ya şəxsi mənfəət gətirən hər hansı bir fəaliyyət növü;

- işlərin aparılması sistemi və ya arzularımızı yerinə yetirmək üçün yaratdığımız sistem.

Biznes - bütün təsərrüfatçıları əhatə edən və onların fəaliyyətini bir bütövə inteqrasiya edən sistemdir. Biznes sisteminin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, bazar iqtisadiyyatının hər bir subyekti öz işi ilə məşğul olur və eyni zamanda cəmiyyətdə elə mexanizmlər işləyib hazırlanmışdır ki, biznes öz iqtisadi təşəbbüslərini, işgüzar vərdişlərini leqal surətdə həyata keçirən digər insanlara ziyan vurmur.

Biznes sisteminin dayanıqlılığı və həyat qabiliyyətini aşağıdakı məsələlər təsdiq edir:

- onların bütövlüyünün möhkəmləndirilməsi istiqamətində inkişaf tendensiyası;

- sahibkarlarla muzzdlu işçilər, istehlakçılar və əmtəə istehsalçıları, özəl sahibkarlıq və həmkarlar ittifaqları, özəl sahibkarlıq və dövlət hakimiyyət strukturları arasında yaranan ziddiyyətlər sisteminə daimi həll edilməsi;

- sistemin yüksək dinamizmi, müasir bazar təsərrüfatının yeni modellərinin, o cümlədən sosialyönümlü bazar iqtisadiyyatı modelinin yaradılması.

Biznes formalarının təsnifatı ən müxtəlif meyarlar əsasında həyata keçirilir.

İlk öncə biznesi iki yerə ayırmaq olar:

- *istehlak (ev təsərrüfatı);*

- *əmək (muzzdlu əmək sövdələşmələri və s.).*

Biznesin ölçülərinə görə aşağıdakı növlərini qeyd edə bilərik:

- kiçik;
- xırda;
- orta;
- iri.

Mülkiyyət formalarına görə aşağıdakı biznes növlərini ayırmaq olar:

- özəl;
- dövlət;
- kollektiv.

Kapitalın tətbiqi sahəsini nəzərə alaraq biznesin aşağıdakı növlərini qeyd edə bilərik:

- sənayedə;
- ticarətdə;
- təhsildə;
- aqrobiznes və s.

Kapitalın beynəlmilləşdirilməsi dərəcəsinə görə aşağıdakı biznes növlərini ayırmaq olar:

- milli;
- beynəlxalq və s.

Biznesin təşkilati formalarının inkişafı əsasında aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

- ***sadə kooperasiya*** (bir çox insanın planlı şəkildə və bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə bir istehsal prosesində çalışdığı zaman istehsalın təşkilidir);

- ***manufaktura*** (əl əməyinin, sənətkarlığın, istifadə olunan texnikanın aşağı səviyyədə saxlanılması zamanı əmək və kooperasiyanın bölünməsinə səciyyəli istehsal üsuludur. XVI-XVIII əsrlərdə Avropada yayılmışdır);

- ***fabrik*** (bir müəssisə və ya bir neçə müəssisədir ki, orada maşınların, dəzgahların köməyi ilə çoxlu sayda eyni tipli məmulatlar, mallar buraxılır);

- ***səhmdar cəmiyyət*** (nizamnamə kapitalı müəyyən sayda səhmlərə bölünmüş təsərrüfat cəmiyyətidir);

- ***inhisarçılıq*** (iri şirkətin bir və ya bir neçə növ məhsulun

istehsalı və satışına nəzarəti həyata keçirdiyi bazar strukturudur);

- **beynəlxalq konsernlər** (konsern vahid idarəetmə və maliyyə nəzarəti altında olan müxtəlif sahələrin müəssisələrinin birləşməsinin təşkilati formasıdır. Ümumiyyətlə, konsernin tərkibinə istehsal, nəqliyyat və ticarət müəssisələrindən başqa, banklar və ya digər maliyyə təşkilatları, sığorta, pensiya fondları, kredit təşkilatları və s. daxildir).

Hüquqi statusa görə aşağıdakı firmaları qeyd etmək olar:

- fərdi firmalar;

- tam ortaqlıq;

-kommandit və ya inama əsaslanan ortaqlıqlar;

- kooperativlər;

- qarışıq cəmiyyət və s.

Biznes və bazar qırılmaz sürətdə bir-biri ilə bağlıdır, onlar mövcuddur və birlikdə inkişaf edir. Bazar iqtisadiyyatının təkamülü ilə biznes fəaliyyətinin iqtisadi təşkili də dəyişir və bu sosial sifarişin bazar iqtisadiyyatı şəraitində yerinə yetirilməsinin təşkilini, onun tələbatlarını son həddə ödəmək məqsədilə sonradan reallaşdırılmasını nəzərdə tutur. Müəssisələrin təsərrüfat fəaliyyəti ilə məşğul olduğu, lakin bizneslə məşğul olmadığı sərt mərkəzləşdirilmiş iqtisadiyyat şəraitində biznes fəaliyyəti mümkün deyil.

Biznes fəaliyyəti sisteminə cəlb olunan hər bir agentin öz maraqları vardır və bunlar **cədvəl 10.1.1-də** öz əksini tapır.

Biznes fəaliyyəti iştirakçıları	Maraqları
<i>I Daxili mühit</i>	
Kapitalın mülkiyyətçisi (mülkiyyətçiləri)	* Kapitalın saxlanması və çoxalması; * Daimi və davamlı gəlirlərin əldə edilməsi; * Yekun qərar qəbul etmək hüququ.
Menecerlər	* Mənfəətin əldə olunması və firmanın inkişafı; * Şəxsi maraqlar (mükafatlandırma, müstəqillik, hakimiyyət).

Muzdlu işçilər	<ul style="list-style-type: none"> * Yüksək əmək haqqı; * İş yerinin etibarlılığı; * Normal əmək şəraiti; * Sosial müdafiənin yüksək səviyyəsi.
II Xarici mühit	
Dövlət və ictimaiyyət	<ul style="list-style-type: none"> * İş yerlərinin yaradılması, sosial dünya; * Dünya bazarında rəqabət qabiliyyəti; * Vergi gəlirlərinin əldə olunması; * Qiymətlərin sabitliyi; * Antiinhisar tədbirlər vasitəsilə bazar münasibətlərinin saxlanılması; * Ətraf mühitin və istehlakçının maraqlarının qorunması.
Təchizatçılar	<ul style="list-style-type: none"> * Yüksək gəlirlər və aşağı xərclər; * Müqavilə əlaqələrinin sabitliyi.
Kreditorlar	<ul style="list-style-type: none"> * Yüksək faizlər; * Kreditin qaytarılması na zamanət; * Firmalara təsir imkanı.
İstehlakşılar	<ul style="list-style-type: none"> * Geniş seçim; * Yüksək keyfiyyət; * Aşağı qiymətlər; * Servis xidmətlərinin yüksək səviyyəsi.

Cədvəl 10.1.1 Biznes fəaliyyəti iştirakçılarının maraqları

Maraqların bu cür müxtəlifliyini münafişəsiz həyata keçirmək çox çətinidir və biznes fəaliyyətində uğur bu maraqlar arasındakı fərqi minimuma endirməyin nə dərəcədə mümkün olmasından asılıdır. Biznes və sahibkarlıqla yanaşı, tez-tez "kommersiya fəaliyyəti" və ya "kommersiya" terminindən istifadə olunur.

Biznes və Menecment Akademiyasının (Sankt-Peterburq) alimlərinin fikrincə, biznes iki növə bölünür – sahibkarlıq və kommersiya.

Kommersiya - ticarət mənfəəti əldə etmək üçün insanların ticarət fəaliyyətidir. Dar mənada bu, bilavasitə məhsulun satışı və gəlir əldə edilməsi üzrə mübadilə sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin bir hissəsidir. Geniş mənada isə bu, hər hansı bir biznesin tərkib hissəsi kimi ticarət əməliyyatlarının yekunudur.

Müasir kommersiyanın əsas rolu bilavasitə dövriyyənin istehsalı və rasionallaşmasına hərtərəfli xidmət göstərməkdir.

Kommersiya fəaliyyətinin ən yeni formasına lizinqi (istehsal vasitələrinin satışı üçün icarə və kreditin özünəməxsus vəhdəti) və faktoringi (istehsal edən firmadan öz müştərilərinə tələblərin alınması yolu ilə məhsulun satışı üzrə ticarət sövdələşmələrini sürətləndirən kommersiya fəaliyyətinin formasını) aid etmək olar.

10.2. Marketing məzmunu və mahiyyəti, müasir təsər rüfatda rolu

Marketing – əmtəə-pul münasibətləri şəraitində müasir müəssisələrin (firmaların) fəaliyyətinin təşkilinin bütöv bir sistemidir ki, burada təsərrüfat həllərinin əsasında bazarın tələbləri, malların və xidmətlərin alıcılarının real istəkləri və ehtiyacları, həmçinin ayrı-ayrı müəssisənin (firmanın) istehsalat satış imkanları durur.

"Marketing" termini ilkin olaraq XIX-XX əsrin astanasında ABŞ-da yaranmışdır. İngilis sözündən əmələ gəlib (ingiliscə "market" – bazar deməkdir) və ən adekvat tərcümədə "bazarda fəaliyyət" mənasını daşıyır.

XX əsrin ikinci yarısında "marketing" termini yeni məna kəsb etmişdir: kapitalist firmalarının satış fəaliyyətinin metodlarının məcmusu kimi istifadə edilirdi. Hal-hazırda müəssisənin, firmanın fəaliyyətinin idarə olunmasının bazar yönümünü təmin edən mürəkkəb dinamik sistem kimi müəyyən edilir, buna görə də marketing bu gün haqlı olaraq bazar iqtisadiyyatının fəlsəfəsi

adlanır [23, səh. 195-204]

1902-ci ildən marketing satış əməliyyatlarının təşkili və metodikasını öyrənən fənn kimi ABŞ-ın aparıcı universitetlərinin - Harvard, Pensilvaniya, Çikaqo universitetlərinin tədris proqramlarına daxil edilmişdir. Sənaye şirkətləri arasında marketingi təsərrüfat praktikasına ilk olaraq Amerika nəhəngləri General Electric, General Foods tətbiq ediblər. Onların ardınca digər iri şirkətlər də marketingdən istifadə etməyə başladılar.

XX əsrin 30-cu illəri ABŞ-da marketing dövrünün başlanğıcı hesab olunur, Avropada marketing prinsipləri 50-ci illərdə yayılmışdır. Marketingin ortaya çıxması sahibkarlıq fəlsəfəsində əhəmiyyətli dəyişikliklərin olduğunu göstərdi, təsərrüfat fəaliyyətinin istehsalatdan bazara istiqamətləndirilməsini dəyişdi. Naməlum bazarda fəaliyyət öz yerini fəaliyyətin təşkilinin elə bir formasına verdi ki, bura da tələbin vəziyyəti və perspektivlərinin əvvəlcədən, mümkün qədər ətraflı şəkildə əsaslanmış və etibarlı öyrənilməsinə yönəldilmişdir.

Mütəxəssislər arasında marketingin müxtəlif tərifləri var. Bunlardan bəzilərini nəzərdən keçirək.

"Marketing, mübadilə vasitəsilə ehtiyac və tələbatın ödənilməsinə yönəldilmiş insan fəaliyyətinin növüdür" (F. Kotler).

Amerika Marketing Assosiasiyasının tərifinə görə, "*marketing*, istehsalçıdan alıcıya və ya istehlakçıya mal və xidmət axınının istiqamətləndirilməsi ilə bağlı sahibkarlıq fəaliyyətidir".

"Marketing, məhsul istehsalı və satışının təşkilinin kompleks sistemidir, hansı ki, alıcıların ehtiyaclarının ilkin araşdırılması əsasında qurulmuşdur" və "müəyyən bazar məqsədlərinə nail olmaq üsullarının ən effektiv vasitəsidir" (P.S.Zavyalov, V.E.Demidov).

Müasir kapitalizmin biznes təcrübəsinin aparıcı nəzəriyyəçilərindən biri olan P.Draker yazırdı: "Biznes dünyasında edilən hər şey bir marketingdir və ya bu anlayışa daxil edilir".

Marketingə ehtiyac yalnız istehsalın və bazarın müəyyən mərhələsində yaranır. Hər bir ölkənin spesifik şərtlərinə uyğun, keçidin səmərəliliyindən asılı olaraq marketing, onların istehsal, satış və ticarət fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması məqsədi ilə

bu ölkələrin müəssisələrinin, firmalarının təsərrüfat təcrübəsində istifadə edilə bilər.

Marketingdən danışarkən, konsepsiyanın iki tərəfini ayırmaq vacibdir:

- *marketing konsepsiya kimi;*
- *marketing hərəkət tərzii kimi, yəni praktiki marketing.*

Marketing fəaliyyəti - müəssisənin, firmanın bazar şəraitində fəaliyyəti, bazarın tələbatının və konyukturasının vəziyyəti və dinamikası, istehsalın bazar tələblərinə mümkün uyğunlaşması, tələbatın dəyişməsinə çevik reaksiya verilməsi, tələbin, əmtəə və xidmət bazarının təsiri və formalaşması, malların və xidmətlərin satış şərtlərinə nəzarətdir.

Marketingin idarə olunması konsepsiyaları - inkişaf etmiş bazar sistemi şəraitində müəssisənin, firmanın, korporasiyanın istehsalat, satış və ticarət fəaliyyətinin idarə edilməsi haqqında elmi cəhətdən əsaslandırılmış təsəvvürlər (məqsədlər, prinsiplər, metodlar) sistemidir.

Marketingin idarə edilməsinin beş konsepsiyasını qeyd etmək olar:

- *istehsalın təkmilləşdirilməsi konsepsiyası;*
- *məhsulun təkmilləşdirilməsi konsepsiyası;*
- *kommersiya səylərinin intensivləşdirilməsi konsepsiyası;*
- *marketing konsepsiyası;*
- *sosial-etik marketing konsepsiyası.*

Bu konsepsiyalar bazar iqtisadiyyatı inkişaf etdikcə yaranmışdır və son 70 ildə baş vermiş iqtisadi və siyasi dəyişiklikləri əks etdirir.

Konsepsiyaların təkamülünün ümumi tendensiyası aksentin istehsaldan və əmtəədən kommersiya səylərinə, istehlakçıya ötürülməsi və istehlakçının sorğularına və sosial etikaya getdikcə daha çox istiqamətlənməsidir.

İstehsalın təkmilləşdirilməsi konsepsiyası istehlakçıların geniş yayılmış və əlverişli olan malları əldə etməyə hazır olmasından irəli gəlir. Başqa sözlə, bu konsepsiyanın əsasına istehsalın təkmilləşdirilməsi və bölgü sisteminin səmərəliliyinin artırılması

üçün sahibkarın söylərinin cəmləşdirilməsi prinsipinə əsaslanır.

İstehsalın təkmilləşdirilməsi konsepsiyası iki halda məqsəduşdur:

1) əmtəyə tələb təklifdən artıq və istehsalı artırmaq yollarını tapmaq çox vacib olduqda;

2) malın maya dəyəri kifayət qədər yüksək olduqda, onu azaltmaq, öz məhsullarını alıcıların geniş dairəsinə əlçatan etmək lazım olduqda. Bunun üçün müəssisədə əmək məhsuldarlığının artırılması tələb olunur.

Məhsulun təkmilləşdirilməsi konsepsiyasını aşağıdakı kimi izah etmək olar: alıcılar ən yüksək keyfiyyətli malları, ən yaxşı istismar xüsusiyyətləri və xarakteristikaları ilə əldə edirlər ki, bu da malın daim təkmilləşdirilməsinə diqqətin artırılmasını tələb edir.

Bu konsepsiya marketinqin uzaqgörənliyinə ziddiyyəti ilə nəticələnir, çünki alıcının bu və ya digər əmtəyə olan tələbatını ödəmək imkanlarını nəzərə almır. Məsələn, nəqliyyata olan ehtiyac yalnız dəmir yolu nəqliyyatı deyil, həm də avtomobil nəqliyyatı, eləcə də hava yolları ilə təmin edilə bilər. Bundan əlavə, təkmilləşdirilmiş bir məhsul satmaq üçün dizayn, qablaşdırma və qiymətdən istifadə edərək onu cəlbedici etmək lazımdır.

Kommersiya söylərinin intensivləşdirilməsi konsepsiyası ondan irəli gəlir ki, müəssisələr satış və stimullaşdırma sahəsində əhəmiyyətli söyləri qəbul etməsələr, istehlakçılar müəssisələr üçün kifayət qədər miqdarda məhsul almayacaqlar. Bu konsepsiyanın əsas prinsipi satışların stimullaşdırılması üçün müxtəlif metodlardan istifadəsi, alıcıların aktiv axtarışdır. Bu prinsipin müvəffəqiyyətlə həyata keçirilməsi televiziya, radio və kino reklamları, plakatlar, materialların poçtla göndərilməsi, potensial alıcıların aşkarlanması üçün böyük vəsaitlər tələb edəcək.

Kommersiya söylərinin intensivləşdirilməsi konsepsiyası passiv tələb olunan mallara, həmçinin kommersiya fəaliyyəti sahəsinə tətbiq olunan məhsullardan istifadə etmək məqsəduşdur.

Marketinq konsepsiyası - marketinq təşkilatında əsas məqsəd bazarlarının ehtiyaclarının müəyyən edilməsi və bu tələbatın rəqib-

lərdən, üsullardan daha səmərəli və daha məhsuldar olmasını təmin etmək olduğunu təsdiq etmək üzərində qurulub. Bu konsepsiyanın mahiyyəti, təşkilatın məqsədlərinə nail olmaq üçün bir əsas kimi istehlak məmnuniyyətini yaratmaq məqsədi ilə kompleks marketing söyləri ilə dəstəklənən müştərilərin ehtiyacını hədəfləyir.

Əgər kommersiya söylərinin intensivləşdirilməsi konsepsiyası (bunu marketing konsepsiyası ilə tez-tez qarışdırırlar) satıcının ehtiyaclarına diqqət yetirirsə, marketing nəzəriyyəsinin əsasını alıcının ehtiyaclarına yönəlmiş fikir təşkil edir.

Burada əsas diqqət firmanın müştərilərinin, onların ehtiyacları olan müəssisələrin məqsədi olur. Marketing konsepsiyası müəssisənin istehlakçının suverenliyi ideyasına sadıqlığını əks etdirir və alıcının bazar şəraitində istifadə edilə bilər.

Müasir marketing konsepsiyası – elə malların istehsalının təşkili prinsipinə və həcminə əsaslanır ki, o bazara lazım olsun və deməli, bazarda satıla bilsin. Müəssisənin bütün fəaliyyəti (istehsalat, texniki, təşkilati, investisiya və s.) istehlakçının tələbatına, bu tələbatların yaxın perspektivdə dəyişməsinə yönəldilib.

Alıcıların sorğuları malların istehsalının həcmi və nomenklaturasını, bu sorğuların və ehtiyacların ödənilməsinin maksimumlaşdırılmasını ən böyük mənfəətin əldə edilməsini müəyyən edir.

Başqa sözlə, marketing konsepsiyası istehsalı bazardan birbaşa funksional asılılığa salır. Buna görə də onu tez-tez "bazarın idarə edilməsi konsepsiyası" adlandırırlar.

Sosial-etik marketing konsepsiyasının əsas məqsədi kimi hədəf bazarlarının ehtiyac və maraqlarının müəyyən edilməsini istənilən məmnuniyyətin rəqiblərə nisbətən daha səmərəli və məhsuldar olmasını, eyni zamanda istehlakçının və bütövlükdə cəmiyyətin rifahının qorunması və möhkəmləndirilməsi yollarını müəyyən edir.

Sosial-etik marketing konsepsiyası ətraf mühitin keyfiyyətinin pisləşməsi, təbii ehtiyatların çatışmazlığı, əhalinin sürətli artımı, ümumdünya inflyasiyası dünyanın bir sıra ölkələrində və regionlarında sosial xidmət sahəsinin qeyri-qənaətbəxş vəziyyətinin nəzərə alınması zərurəti ilə əlaqədar yaranıb. Bu konsepsiyaya

əsasən, müəssisənin, firmanın alıcının tələbatının ödənilməsinə və saxlanmasına yönəlmiş fəaliyyəti istehlakçıların və cəmiyyətin uzunmüddətli rifahı nəzərə alınmaqla həyata keçirilir.

Sosial-etik marketinq konsepsiyası marketinq siyasəti çərçivəsində üç problemin həllini həyata keçirir:

- alıcıların tələbatının ödənilməsi;
- firma tərəfindən mənfəətin əldə edilməsi;
- bütövlükdə cəmiyyətin maraqlarının nəzərə alınması (insanların rifahının daha da yaxşılaşdırılması).

Marketinqin məqsədi - maksimal istehlakçı məmnunluğunu təmin edən müəssisənin məhsul satışının lazımı həcminə nail olmaq üçün istehsalın yüksək səmərəliliyini və gəlirliliyini, maksimal dərəcədə mümkün istehlakını, həyat keyfiyyətinin maksimal dərəcədə artmasını, məhsul və xidmətlərin maksimal dərəcədə geniş seçimini təmin etməkdir.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin bazar konsepsiyası kimi marketinqin məqsədləri müəssisənin, şirkətin həm uzunmüddətli, həm də qısamüddətli marketinq məqsədlərinin əks olunmasıdır.

Bu iki məqsəd növünün nisbəti alət və predmetin nisbətidir, burada marketinq alət kimi çıxış edir. Belə ki, əgər firmanın məqsədi gəlirin kütləsini artırmaqdırsa, onda marketinqin məqsədi bu firmanın məhsullarını alan insanların (firmaların) sayının artmasını təmin etmək və ya məmulatın daha yüksək istehlak effektini təmin etmək, eyni zamanda maya dəyərini azaltmaq üçün dəyişiklik ola bilər.

Müəssisənin, firmanın məqsədləri iki əsas yerə bölünür:

- kəmiyyət (mənfəət, satış həcmi, əmək məhsuldarlığı, məhsul, segment, ölkələr üzrə bazar payı);
- keyfiyyət (ətraf mühitin mühafizəsinə qayğı, məşğulluğun təmin edilməsi, firmanın ticarət etdiyi ölkələrdə hökumətlərin təhsil, mədəniyyət, idman və digər tədbirlərinə dəstək).

Müəssisələrin məqsədləri müxtəlif ola bilər, onların bir-birinə zidd olmaması vacibdir.

Marketingin funksiyaları marketingin əsas əhəmiyyətini, məzmununu açıqlayır və aşağıdakılardan asılıdır:

- istehsal və satış miqyasından;
- bazarda malların təklifindən;
- əmtəə çeşidindən;
- təqdim edilmiş məhsul və xidmətlərə istehlakın və tələbin xüsusiyyətlərindən.

Marketingin funksiyalarına aşağıdakılar daxildir:

- firmanın (müəssisələrin) fəaliyyət göstərdiyi daxili və xarici marketing mühitinin təhlili;
- marketing çərçivəsində marketing söylərinin həyata keçirilməsi ilə bağlı bazarın və problemlərin kompleks öyrənilməsi;
- istehlakçıların təhlili və tələbin formalaşdırılması;
- rəqiblərin və rəqabətin öyrənilməsi;
- təchizatın intensivləşdirilməsi üzrə tədbirlərin işlənilib hazırlanması (reklam, sərəgilərin təşkili, ictimaiyyətlə əlaqələr ("public relations") və satışların stimullaşdırılması üzrə digər metodlar);
- yeni məhsul konsepsiyasının formalaşdırılması;
- marketing tədqiqatları əsasında mal istehsalının planlaşdırılması;
- əmtəə hərəkətlərinin, satışların və servisin planlaşdırılması, əmtəə hərəkətlərinin ən effektiv yolların müəyyən edilməsi;
- əmtəənin yerinin, vaxtının, satış üsulunun seçilməsi;
- qiymət siyasətinin formalaşdırılması və həyata keçirilməsi;
- marketing proqramlarının hazırlanması və həyata keçirilməsi;
- marketingin informasiya təminatı;
- marketingin idarə edilməsi [44].

Marketingin prinsipləri marketing nəzəriyyəsinin əsas müddəalarıdır, onlar aşağıdakı kimi ümumiləşdirilə bilər:

- təsərrüfatın maksimum mənfəətli, yüksək səmərəli aparılmasının təmin edilməsi;
- istehsalat, təchizat fəaliyyətinin bazarın tələblərinə istiqamətləndirilməsi;
- malların istehsalının alıcıların ehtiyaclarından funksional asılılığı;

- istehsalın imkanları əsasında deyil, bazarın tələbatlarına əsaslanaraq fəaliyyətin təşkili;

- bazarda yüksək rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsi;

- alıcıların tələbatını ödəyən malların hazırlanması və təkmilləşdirilməsi üzrə elmi-tədqiqat, təcrübi-konstruktor və istehsalat fəaliyyətinin təşkili;

- bazarın vəziyyətinin, onun inkişaf perspektivlərinin, mal və xidmətlərə mövcud və potensial tələbatın kompleks şəkildə öyrənilməsi;

- istehsalın və maliyyələşmənin koordinasiyası və planlaşdırılması;

- ənənəvi məhsulların təkmilləşdirilməsi, eləcə də yeni satış formaları və kanallarının axtarışı və satışı;

- idarəetmə sisteminin çevik və effektiv təşkilati strukturlarının tətbiqi;

- istehsal və təchizat proseslərinin maksimal sıx və qarşılıqlı əlaqəsinin təmin edilməsi.

Marketing sistemi - müəssisələrin, firmaların, korporasiyaların fəaliyyətinin marketing prinsipləri və məqsədlərinə uyğun təşkil edilən iqtisadi-təşkilati, sosial-demoqrafik, hüquqi, bazar elementləri və informasiya axınlarının bir-birilə əlaqəli kompleksidir.

Marketingin xarici və daxili mühitinin elementləri və amilləri malların və xidmətlərin işlənməsinin təşkili, istehsalı və təchizatı sisteminin çoxluğunu şərtləndirir.

Marketing sistemi, həmçinin bu sistemin elementlərinin idarəetmə metodları və üsullarını da əhatə edir.

Marketingin xarici mühiti onun beş əsas komponentinin toplusudur:

- demoqrafiya;

- iqtisadiyyat;

- siyasət;

- hüquq;

- mədəniyyət.

Bu komponentlər sistemə həm müsbət, həm də mənfi təsir göstərirlər.

Daha ətraflı təhlil zamanı aydın olur ki, xarici marketing mühitini demoqrafik xüsusiyyətləri olan alıcılar, rəqiblər, vasitəçilər, maliyyə institutları, reklam agentlikləri və ictimai rəyi öyrənən firmalar, fəaliyyət göstərən və qanunlar üzərində işləyən gömrük və digər hökumət orqanları, real iqtisadi vəziyyət və siyasi iqlim, elmi-texniki nailiyyətlər və mədəni ənənələr təşkil edir.

Marketingin daxili mühiti idarəetməni təmin edən firmanın müxtəlif funksional qurumları tərəfindən müəyyən edilir, yeni məhsulların hazırlanması və sınaqdan keçirilməsi, seriyalı istehsalı, malın alıcıya doğru irəliləməsi, təchizat, xidmətlərin göstərilməsi, ehtiyat hissələri ilə təmin edilməsi, alıcı üzrə işçi heyətinin təlimi, xammal, material tədarükçüləri ilə, maliyyə və digər xarici orqanlarla qarşılıqlı münasibətlər.

"Daxili mühit" anlayışına kadrların ixtisaslaşması, onların düzgün istifadəsi, informasiyanın yuxarıdan aşağı idarəetmə səviyyəsinə və geriyə ötürülməsi sistemi daxildir.

Daxili mühitin effektiv fəaliyyəti, əsasən, strukturların bazar vəziyyətindəki dəyişikliklərə və bütövlükdə xarici mühitə münasibətdə çevikliyindən asılıdır.

Firmanın marketing mühiti - firmanın hüdudlarından kənarında fəaliyyət göstərən və marketing xidməti rəhbərliyinin uğurlu əməkdaşlıq münasibətlərini qurmaq və məqsədli müştərilərlə əlaqə saxlamaq imkanlarına təsir edən fəal subyektlərin və qüvvələrin məcmusudur.

Firmalar marketing mühitini nəzərə alaraq mütləq öz marketing komplekslərini inkişaf etdirirlər.

Marketing mühiti aşağıdakı elementlərdən yaranır:

- *mikromühit* (özünə bilavasitə aid olan müştəri xidmətləri üzrə firma və onun imkanları, yəni firmanın özünün müxtəlif xidmətləri, həmçinin təchizatçılar, vasitəçilər, rəqiblər və əlaqə auditoriyaları);

- *makromühit* (demoqrafik, iqtisadi, təbii, texniki, siyasi və mədəni xarakterli amillərin məcmusu).

Marketingin subyektləri marketing münasibətləri sistemində daxil olan fərdi şəxslər, müəssisələr və təşkilatlardır.

Buraya aiddir:

- istehsalçılar (sahibkarlar və firmalar);
- təchizatçılar;
- rəqiblər;
- marketinq vasitəçiləri (əmtəə hərəkətinin təşkili üzrə mütəxəssis - firmalar, marketinq xidmətlərinin göstərilməsi üzrə agentliklər, kredit-maliyyə institutları, ticarət vasitəçiləri);
- müştərilər (alıcılar, ayrı-ayrı şəxslər, istehsal prosesində istifadə üçün mal və xidmətləri əldə edən təşkilatlar, malları yenedən satmaq üçün malları əldə edən ayrı-ayrı alıcılar və təşkilatlar, dövlət təşkilatları, xaricdə alıcılar);
- rəqiblər və əlaqə audotoriyaları (təşkilata real və ya potensial, xeyriyyəçilik və ya arzuolunmayan maraq göstərən, onun qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olmaq bacarığına təsir edən bir qrup şəxslərdir. Bunlara aiddir: maliyyə dairələri, informasiya vasitələrinin auditoriyaları, dövlət qurumları, mülki fəaliyyət qrupları, öz işçiləri və qulluqçuları, geniş ictimaiyyət, yerli təşkilatlardır).

İstənilən marketinq sisteminin əsas elementləri əmtəə portfelinin formalaşdırılması, qiymətlərin, məsrəflərin, rəqiblərin müəyyən edilməsi, markalanma, məhsulun bölüşdürülməsi və satışının təşkili, şəxsi satış, reklam fəaliyyəti, təchizatın stimullaşdırılmasının müxtəlif üsulları, qablaşdırma, xidmət, nəqliyyat və informasiyanın toplanmasıdır.

Elementlərin nizamlı sistemi marketinqin strukturunu təşkil edir.

Marketinqin strukturu - marketinqin müəyyən istiqamətinin elementlərinin məcmusudur.

Marketinq strukturunun çoxsaylı sxemlərindən aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

- *funksional*;
- *əmtəə*;
- *regional*;
- *seqmental*.

Funksional istiqamətləndirmə satış mallarının müxtəlifliyinin böyük olmadığı və bazarların sayının çox az olduğu şəraitdə

üstünlük təşkil edir. Bu halda, marketing direktoruna tabe olan menecerlərin funksiyaları və məsuliyyətləri konkret müəyyən edilmişdir.

Adətən, belə menecerlərin sayı beşə çatır:

- bazarın tədqiqatları üzrə menecer;
- təchizatın planlaşdırılması üzrə menecer;
- əmtəələrin hərəkəti üzrə menecer;
- satıcılar üzrə menecer;
- servis üzrə menecer.

Marketing strukturunun *əmtəə istiqamətləndirilməsi* hər bir məhsul və ya məhsul qrupu üzrə reklam menecerlərinin tabe olduğu xüsusi marketing menecerinin təyin olunmasını tələb edir.

Regional istiqamətləndirilmə öz strukturuna görə əmtəəyə bənzərdir, lakin əsas əmtəələrə görə bölgü deyil, ayrı-ayrı regionların bazarlarının bölgüsü götürülür. Burada məqsəd hər bir regionun ehtiyaclarının öyrənilməsidir və onlara uyğun olaraq istehsalı, xarici görünüşü, reklamı, malların qablaşdırılması və s. formalaşdırılmasıdır.

Strukturun *seqmentli istiqamətləndirilməsinin* məzmunu hər bir marketing meneceri müəyyən potensial alıcılar seqmenti işi üzrə cavabdehdir.

Marketing xidmətləri - marketingin idarə edilməsinin təşkilati strukturunun əsas elementləridir. Marketing xidmətləri arasında müasir marketing şöbəsi və ya müəssisənin marketing xidməti xüsusi yer. Sonuncu müəssisədə marketing prinsipləri və metodları əsasında fəaliyyət göstərən xüsusi bölmədən ibarətdir. Bu şöbə və ya müəssisənin xidməti müxtəlif əlamətlərə görə təşkil edilir:

- funksional;
- məhsul növləri;
- bazarlar;
- əlaqələrin coğrafi istiqaməti;
- divizional tip.

Marketing xidmətinin strukturunun seçilməsi müəssisənin iqtisadi əlaqələrinin istehsal xarakterindən, həcmindən və müxtəlifliyindən asılıdır.

Marketing xidmətləri marketingin əsas vəzifələrini (bazarın kompleks öyrənilməsi, əmtənin davamlı satışının təmin edilməsi, istehsalın bazar istiqamətlənməsi, elmi-tədqiqat və layihə konstruktör işlərinin təmin edilməsi) həll etməyi qəbul ediblər. Bu və digər müxtəlif vəzifələr (həm xüsusi, həm də ümumi) marketing direktoru və onun əməkdaşları tərəfindən həll edilir.

Marketing xidmətinin fəaliyyəti özündə iqtisadi, valyuta-maliyyə, planlaşdırma, texniki-istehsalat, təchizat və tədqiqat xarakterli işləri birləşdirir. Bu işə, öz növbəsində, bu xidmətin işçi heyətinin yüksək səviyyədə hazırlanmasını şərtləndirir.

Bazar prinsipi üzrə marketing xidmətlərinin təşkili - marketing xidmətinin təşkilinin formalarından biridir ki, burada əsas bazarlar öz bazarı üçün planların işlənilməsi və hazırlanmasında müxtəlif fəaliyyət göstərən xidmətlərin mütəxəssisləri ilə əməkdaşlıq edən bazarlar üzrə menecerlərə bərkidilir.

Matrisalı təşkil olunma bazarın menecerlərindən istifadə edərək marketing xidmətlərini təşkil edir.

Əmtəə istehsalı üzrə təşkil olunma marketing xidmətinin təşkilinin formalarından biridir ki, burada hər bir məhsulun istehsalına müxtəlif funksional xidmətlərin mütəxəssisləri ilə əməkdaşlıq edən öz idarəçisi rəhbərlik edir. Bu menecer öz mallarına dair planların hazırlanması və həyata keçirilməsi üzrə müxtəlif funksional xidmətlərin mütəxəssisləri ilə əməkdaşlığı həyata keçirir.

Coğrafi prinsip üzrə təşkil olunma müəyyən coğrafi rayonlara xidmət əsasında şirkətin satıcılarının ümummilliyətini təşkil edir.

Funksional təşkil olunma marketing xidmətinin elə bir təşkil olunma formasıdır ki, marketing üzrə müxtəlif mütəxəssislər marketing fəaliyyətinin müxtəlif növlərinə rəhbərlik edir və marketing üzrə vitse-prezidentə tabe olurlar.

Marketing strategiyası - müəssisənin imkanlarının təhlili, məqsədlərin seçilməsi, işlənilməsi, planların formalaşdırılması və marketing tədbirlərinin həyata keçirilməsi, onların həyata keçirilməsinə nəzarət prosesidir.

Strategiya müxtəlif ola bilər, əsas odur ki, hər bir bazar və məhsul üçün münasib olan marketing məqsədlərinin nailiyyətləri-

nə cavab versin. Qeyd etmək lazımdır ki, bir neçə marketing strategiyasının növləri mövcuddur:

- 1) təşkilati strukturun təkmilləşdirilməsi;
- 2) yeni bazarlara daxil olmaq, diversifikasiya (yeni bazarlar üçün yeni malların istehsalı), yeni (təkmilləşdirilmiş və ya dəyişdirilmiş) əmtənin köhnə, ənənəvi bazara işlənilməsi və tətbiqi, bazar yeniliyi cəhətdən yeni əmtəə ilə bazarın yeni seqmentlərinə daxil olması və s. yollar ilə işgüzar fəallığın artırılması;
- 3) müəyyən mənfəət gətirməyi dayandıran malların satışının dayandırılması və ya azaldılması, ziyanla işləyən malların istehsalının dayandırılması, bəzi bazarlardan çıxarılması və s. yollar ilə işgüzarlıq fəaliyyətinin azaldılması;
- 4) şirkətin xaricdə və ölkə daxilində xarici tərəfdaşları ilə birgə təşkil edilməsi;
- 5) uğurla işləmək mümkün olmayan bazarlara daxil olmaq üçün xarici firma ilə birləşmə.

Müasir bazarda ən böyük uğurlara nail olan firmaların marketing strategiyasının əsası elmi-texniki sahədə öz rəqibləri üzərində üstünlüyə istiqamətləndirilməsi və bu fərqi artırılmasıdır.

Marketingin taktikası hər bazarda və hər bir məhsul üzrə müəyyən müddət ərzində (adətən, qısamüddətli dövr nəzərdə tutlur) müəssisənin vəzifələrinin formalaşdırılması və həyata keçirilməsidir. Bu məsələlər konyukturanın və digər amillərin dəyişməsi üzrə vəzifələrin (qiymət indeksinin dəyişməsi, kəskinləşmə, rəqabət, mübarizə, tələbin mövsümi olaraq azalması, əmtəəyə alıcıların marağının azalması və s.) marketing strategiyası və cari bazar vəziyyətinin qiymətləndirilməsi əsasında daimi korrektə edilməsidir.

Marketing strategiyasından fərqli olaraq (bazarların və alıcıların tələbatının dəyişməsinin uzunmüddətli perspektivlərinin proqnozlaşdırılmasına əsaslanan) taktika konyunktur mülahizələrə və bazarın firmanın mallarının mövcud nomenklaturasına formalaşdırılması prinsiplərinə əsaslanır.

Marketing şirkətlərinin taktiki üsulları aşağıdakılardır:

- malların təşviqi üzrə fəal tədbirlər;

- istehlakçılarla birbaşa əlaqələr, "direct-mail" sistemi üzrə reklam tədbirləri, xaricdəki nümayəndəliklərin işçi heyətinin artırılması;

- sərgi və yarmarkalarda fəal iştirak;
- xarici ölkələrdə filiallar mövcud deyilsə, onların yaradılması;

- yeni bazarlara çıxış;
- bazarların marketinq tədqiqatları;
- ixrac mallarının nomenklaturasının genişləndirilməsi (diversifikasiya);

- malın xarici alıcının spesifik tələblərinə uyğunlaşdırılması;
- xidmətin səmərəliliyinin artırılması;
- müştərilərin məktubları üzrə operativ cavablar və tədbirlərin görülməsi.

Marketing taktikası mütləq müəyyən tədbirləri nəzərdə tutmalıdır ki, onların reallaşdırılması gözlənilməz vəziyyətin yaranacağı təqdirdə vəziyyətin sabitləşməsinə imkan verir. Məsələn, əgər istehsal həcmi tələbin artmasına çatmırsa, aşağıdakı tədbirlər mümkündür:

- istehsalın miqyasını artırmaq;
- reklam xərclərini azaltmaq və satışları stimullaşdırmaq;
- xarici filiallarda satışla məşğul olan işçilərin sayını azaltmaq;
- qiymətləri qaldırmaq.

Taktika bazarda kommersiya xidmətlərinin sabit gəlir səviyəsini, aktiv davranışını, bazarda vəziyyəti dəyişməsinə sürətli reaksiya verməsini, müəssisənin (firmanın) işçilərinin təşəbbüskarlığını, öz nailiyyətlərinə yüksək tənqidi münasibət göstərilməsini, rəqiblərin hərəkətlərinə cavab tədbirlərinin vaxtında qəbul edilməsini, müəssisələrin elmi-texniki və istehsalat fəaliyyətinin alıcıların tələbindəki dəyişikliklərə uyğun şəkildə düzəldilməsini təmin etmək məqsədi daşıyır.

Marketing tədqiqatları mal və xidmətlərin marketinqinə təsir edən bütün amillərin təhlilini təşkil edən müxtəlif fəaliyyətlərdir. Britaniya idarəetmə institutunun tərifinə görə, marketing tədqiqat-

ları məhsul və xidmətlərin istehsaldan istehlakçıya satışı və köçürülməsi ilə bağlı bütün faktların obyektiv toplanması, qeydiyyatı və təhlilidir.

F.Kotlerin fikrinə görə, marketing tədqiqatları firmanın qarşısında duran marketing vəziyyəti ilə əlaqədar zəruri məlumatlar dairəsinin, onların yığımının, nəticələri haqqında təhlil və hesabatın, sistematik müəyyən edilməsidir.

Marketing tədqiqatları çox vaxt bazarın öyrənilməsi ilə eyniləşdirilir. Bununla yanaşı, birincisi bazarın araşdırılması da daxil olmaqla, daha çox sualları əhatə edir.

Təcrübədə marketing tədqiqatları aşağıdakı istiqamətləri əhatə edir:

- 1) bazarın tədqiqatını;
- 2) bazarın kompleks öyrənilməsinin ən vacib şərtlərindən biri kimi təchizatın tədqiqatını;
- 3) malın istehlak xassələrinin tədqiqatını;
- 4) iqtisadi təhlili;
- 5) motivasiya təhlilini.

Marketing tədqiqatının bütün bu istiqamətləri bir məqsəd deyil, effektiv idarəetmə qərarının qəbul edilməsi üçün məlumat mənbəyidir. Bu gün 80%-dən çox Qərb şirkətləri öz fəaliyyətində marketingdən istifadə edirlər.

10.3. Menecment - məzmunu, mahiyyəti və əhəmiyyəti

Menecment bazar şəraitində fəaliyyət göstərən firmanın istənilən təsərrüfat fəaliyyəti zamanı maddi və əmək resurslarından menecmentin iqtisadi mexanizminin prinsip, funksiya və metodlarından səmərəli istifadə etməklə müəyyən məqsədlərə nail olmaq üçün peşəkarcasına həyata keçirilən fəaliyyətin müstəqil növüdür. Menecment bazar, bazar iqtisadiyyatı şəraitində idarəetmə deməkdir.

Menecment anlayışı özündə aşağıdakı məsələləri ehtiva edir:

- firmanın bazarın tələb və tələbatlarına, konkret istehlakçıların sorğularına və tələbatdan istifadə edən və firmaya nəzərdə

tutulan mənfəət gətirə biləcək məhsul növlərinin istehsalının təşkilinə istiqamətləndirilməsi;

- istehsalın səmərəliliyinin artırılması üçün davamlı səy:daha az xərclərlə optimal resursların alınması;

- firmanın və ya onun bölmələrinin fəaliyyətinin yekun nəticələrinə görə məsuliyyət daşıyanlara qərarların qəbul edilməsi azadlığını təmin edən təsərrüfat müstəqilliyi;

- bazarın vəziyyətindən asılı olaraq məqsəd və proqramların daimi tənzimlənməsi;

- firmanın və ya onun təsərrüfat cəhətdən müstəqil bölmələrinin fəaliyyətinin son nəticəsi mübadilə prosesində bazarda müəyyən edilir;

- əsaslandırılmış və optimal qərarların qəbulunda çoxvariantlı hesablamalar üçün kompüter texnikası ilə müasir informasiya bazasından istifadə edilməsi zərurəti.

"Menecment" ("management") termini Amerika mənşəlidir və başqa dilə hərfi tərcümə olunmur. Onu "idarəetmə" termini əvəz edib. "Menecment" termini öz mahiyyətinə görə, "idarəetmə" termininin analoqudur, bu, onun sinonimidir, lakin bu sinonimi tam şəkildə qəbul etmək olmaz. "İdarəetmə" termini daha genişdir, çünki insan fəaliyyətinin müxtəlif növlərinə, müxtəlif fəaliyyət sahələrinə, idarəetmə orqanlarına tətbiq edilir. "Menecment" termini yalnız bazar şəraitində fəaliyyət göstərən firma səviyyəsində sosial-iqtisadi proseslərin idarə edilməsinə tətbiq edilir, baxmayaraq ki, son zamanlar onu ABŞ-da, qeyri-sahibkar təşkilatlara da tətbiq etməyə başlayıblar.

"Menecment" anlayışının məzmunu şirkətin idarə olunmasının təşkili və idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi prosesi, elm və idarəetmə təcrübəsi kimi nəzərdən keçirilə bilər.

Menecment idarəetmənin elm və təcrübəsi kimi.

İdarəetmənin elmi əsasları dedikdə, idarəetmə təcrübəsinin nəzəri bazasını təşkil edən, daha doğrusu, elmi tövsiyələrlə menecment praktikasını təmin edən elmi biliklər sistemi başa düşülür.

Elm kimi menecmentin ilk addımı Amerika mühəndisi Frederik Teylorun (1856-1915) "İstehsalatın (emalatxananın) idarə

edilməsi " (1903) adlı kitabının işıq üzü görməsidir.

İdarəetmə elm və idarəetmə təcrübəsi kimi. İdarəetmənin elmi əsasları dedikdə, idarəetmə təcrübəsinin nəzəri bazasını təşkil edən, daha doğrusu, elmi tövsiyələrlə menecment praktikasını təmin edən elmi biliklər sistemi başa düşülür.

Elm kimi idarəetmənin ilk addımı Amerika mühəndisi Frederik Teylorun (1856-1915) "istehsalatın idarə edilməsi (emalatxana)" (1903) kitabının işıq üzü görməsidir [23, səh. 204-214].

Bu əsərdə istehsalın idarə edilməsinin yeni prinsiplial sistemi təklif edilmişdir və bu sistem həm sahibkarların, həm də adi işçilərin maraqlarını daha çox təmin etməli idi.

F.Teylorun öz əsərində irəli sürdüyü istehsalatın idarə olunmasının yeni prinsiplərindən biri də əmək metodlarının rəşionallaşdırılması prinsipidir. O, hər bir işçiyə görə eyni iş şəraitinə nail olmaq üçün əvvəlcə müəssisənin alətləri və avadanlıqlarını standartlaşdırmağı təklif edir. Yeni iş şəraiti avadanlıqların təmiri vaxtının əhəmiyyətli dərəcədə azaldılmasına gətirib çıxarır (hər bir detalın xüsusi bir dəzgaha uyğunlaşdırılmasına ehtiyac yoxdur və onlar bütün avadanlıq üçün eyni olacaq). Həmçinin, mexanizasiya sayəsində işçilərin fiziki əməyini minimuma endirmək lazımdır ki, bu da işçi qüvvəsindən istifadə imkanlarını genişləndirməyə imkan verəcəkdir. Onun fikrincə, ehtiyatların saxlanması ilə bağlı xərcləri minimuma endirmək və lazımi əşyaların sadə çatışmazlığını aradan qaldırmaq üçün ehtiyatların idarə edilməsi çox vacibdir.

Teylor yazırdı: "Bütün köhnə idarəetmə sistemlərinin fəlsəfəsi, əsasən, hər bir fəhlənin öz işlərini yerinə yetirmək üçün kifayət qədər məsuliyyət daşması, zavod idarəçiliyi tərəfindən nisbətən az yardım və məsləhət alınması ilə bağlı vəziyyətə əsaslanırdı".

Menecment üçün səciyyəvi xüsusiyyətlər aşağıdakı aspektləri əhatə edir:

- *iqtisadi;*
- *sosial-psixoloji;*
- *hüquqi;*
- *təşkilati-texniki.*

İqtisadi aspektin məzmunu istehsal prosesinin idarə olunmasını təşkil edir ki, bu zaman məqsədlərə səmərəli nail olmaq üçün

zəruri olan maddi və əmək resurslarının əlaqələndirilməsinə nail olunur.

Sosial-psixoloji aspektlər, firmanın bütün heyətinin məqsədlərinə nail olmaq üçün xüsusi bir qrup şəxsin təşkili və rəhbərliyinə dair fəaliyyətini xarakterizə edir. Buraya rəhbərlə tabeçilikdə olanlar arasında münasibətlərin tənzimləndiyi hakimiyyət sistemi, həmçinin cəmiyyətin mədəniyyətinin, ənənələrinin, dəyər və adətlərinin əks olunduğu sosial funksiya daxildir.

Menecmentin hüquqi aspekti dövlət, siyasi və iqtisadi institutların strukturunu, onların yürütdüyü siyasəti və müəyyən etdiyi qanunvericiliyi əks etdirir. Ticarət hüququnun firmaların yaradılması, müqavilələrin bağlanması, sənaye mülkiyyətinin tənzimlənməsi, həmçinin trest ələhinə qanunvericiliyi, vergi siyasəti, ticari siyasi vasitələr və s. daxil olmaqla biznesin dövlət tənzimlənməsi məsələləri mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Menecmentin təşkilati-texniki aspekti vəziyyətin səmərəli qiymətləndirilməsini, məqsəd və vəzifələrin sisteməlik seçilməsini, bu məqsədlərə nail olmaq üçün strategiyanın ardıcıl inkişafını, seçilmiş məqsədlərə nail olmaq üçün zəruri olan tədbirlərə lazımı resursların qaydaya salınması, rəşional layihələşdirmə, təşkilat, rəhbərlik və nəzarət, bu işi həyata keçirən insanların motivasiyası və mükafatlandırılmasını ehtiva edir.

Qeyd etmək lazımdır ki, menecmentin üç ən vacib prinsipini ayırırlar:

1) *idarəetmədə mərkəzləşdirmə və qeyri - mərkəzləşdirmənin optimal birləşməsi;*

2) *hüquqların, vəzifələrin və məsuliyyətin birləşməsi (komanda birliyi prinsipi);*

3) *idarəetmənin demokratikləşdirilməsi.*

Fəaliyyətin növlərindən və ardıcılığından asılı olaraq menecmenti üç mərhələyə bölmək olar:

- *strateji idarəetmə;*

- *operativ idarəetmə;*

- *nəzarət.*

Strateji idarəetmə aşağıdakı məsələləri əhatə edir:

- menecmentin məqsədinin işlənilib hazırlanması;
- mövcud amillərin təsiri altında baş verən inkişafın nəticələrinin öncədən proqnozlaşdırılması;
- proqnozlaşdırılan nəticələrin müəyyən edilmiş məqsədlərdən kənara çıxmasının aradan qaldırılması üçün zəruri tədbirlər sistemi kimi perspektiv planlaşdırma məqsədləri.

Operativ idarəetməyə yuxarıda göstərilən tədbirlərin həyata keçirilməsi üzrə aşağıdakı fəaliyyət daxildir:

- lazımi strukturun və zəruri resursların yaradılmasının təşkili;
- yaradılmış struktur şəraitində idarəetmənin (motivasiya) forması kimi rəhbərliyin həyata keçirilməsi.

Nəzarət - bura əldə edilən nəticələrin təhlili (əks əlaqə) daxildir və yeni idarəetmə dövrünün başlanğıc nöqtəsi kimi çıxış edir.

Effektiv menecment idarəetmənin iqtisadi, təşkilati-texniki və sosial-psixoloji aspektlərinin vəhdəti kimi idarəetmə prosesinin bütün növlərinin və mərhələlərinin vəhdətini nəzərdə tutur.

Menecmentin son məqsədi istehsalat prosesinin səmərəli təşkili, o cümlədən istehsalatın idarə edilməsi və texniki-texnoloji bazanın inkişaf etdirilməsi, həmçinin hər bir işçinin ixtisasının, yaradıcılıq fəallığının və loyallığının artırılması ilə eyni zamanda kadr potensialından səmərəli istifadə etməklə şirkətin fəaliyyətində mənfəətlilik və ya gəlirliliyin təmin edilməsidir.

Firmanın mənfəətliliyi onun istehsal, satış fəaliyyətinin effektivliyindən xəbər verir ki, bu da xərclərin (xammal, materiallar, enerji, əmək haqqı, maliyyələşmə xərclərinin) minimallaşdırılması, istehsalın nəticələrindən məhsul və xidmətlərin buraxılışından gəlirlərin maksimuma çatdırılmasıdır.

Menecmentin məqsədi şirkətin uğurlu fəaliyyət göstərməsinə şərait yaratmaqdır ki, mənfəət firmanın mövcudluğuna səbəb deyil, onun fəaliyyətinin nəticəsidir, bu da son nəticədə bazarı müəyyən edir.

Firmanın gələcək fəaliyyətində mənfəət müəyyən təminatları yaradır, çünki yalnız mənfəət və onun müəssisədə müxtəlif ehtiyat

fondları şəklində yığılması bazarda malların satışı ilə bağlı riskləri məhdudlaşdırmağa və aradan qaldırmağa imkan verir. Məlum olduğu kimi, bazarda vəziyyət daim dəyişir, rəqabət bazarında, fəaliyyət şəraitində və formalarında, sahədə və ya bütövlükdə ölkədə təsərrüfat konyukturasının vəziyyətində, dünya əmtəə bazarlarında ticarət şəraitində dəyişikliklər baş verir. Beləliklə, risk daima mövcuddur. Bu şəraitdə menecmentin məqsədi risklərin və ya risk vəziyyətlərinin daim aradan qaldırılması nəinki bu gün, həm də gələcəkdə müəyyən ehtiyat pul vəsaitlərinin olması menecerlərə dəyişən şərtlər şəraitində təsərrüfat fəaliyyətində müəyyən dərəcədə sərbəstlik və azadlıq verilməsi tələb olunur.

Menecmentin əsas məqsədi mövcud maddi və insan resursları əsasında istehlakçıların tələbatını nəzərə almaqla mal və xidmətlərin istehsalını təşkil etmək, müəssisənin fəaliyyətinin rentabelliğini və onun bazarda stabil vəziyyətini təmin etməkdir.

Bununla əlaqədar menecmentin vəzifələri aşağıdakılardır:

- istehsalın avtomatlaşdırılmasının təmin edilməsi və yüksək ixtisasa malik olan işçilərin istifadəsinə keçilməsi;
- şirkətin əməkdaşları üçün daha yaxşı əmək şəraiti yaratmaq və daha yüksək əmək haqqı təyin etmək yolu ilə onların işini stimullaşdırmaq;
- firmanın fəaliyyətinin effektivliyinə daimi nəzarət, firmanın bütün bölmələrinin işinin əlaqələndirilməsi;
- yeni bazarların daimi axtarışı və mənimsənilməsi;
- firmanın inkişafının konkret məqsədlərinin müəyyən edilməsi;
- məqsədlərin prioritetliyinin, onların növbəliliyinin və həllinin ardıcılığının müəyyən edilməsi;
- müxtəlif zamanlarda nəzərdə tutulan problemlərin həlli üçün tədbirlər sisteminin işlənilib hazırlanması;
- zəruri resursların və onların təmin edilməsi mənbələrinin müəyyən edilməsi;
- qarşıya qoyulmuş vəzifələrin yerinə yetirilməsinə nəzarətin yaradılması.

Menecmentin tənzimləmə, təşkil olunma, koordinasiya və

istehsal prosesinə nəzarət və nəzərdə tutulan məqsədlərə nail olmaq vəzifələrinin yerinə yetirilməsi bazarda qiymətləndirilir.

İdarəetmənin vəzifələri artan resurs həcmlərinin maddi, maliyyə, əmək və s. təmin olunmasını tələb edən istehsalın miqyası artdıqca fasiləsiz olaraq mürəkkəbləşir.

Müasir anlamda menecer bazar şəraitində firmanın konkret fəaliyyət növləri üzrə qərarların qəbulu sahəsində daimi vəzifə tutan və səlahiyyətlərə malik rəhbər və ya idarə edəndir.

"Menecer" termini geniş yayılıb və aşağıdakı məsələlərə tətbiq edilir:

ayrı-ayrı bölmələri və ya proqram hədəf qrupları çərçivəsində xüsusi iş növlərinin təşkilatçısına;

- bütövlükdə müəssisə və ya onun bölmələrinin rəhbərinə;
- tabeliyində olanlara münasibətdə rəhbərlərə;
- işi müasir metodlara uyğun təşkil edən istənilən idarəetmə səviyyəsinin inzibatçısına.

Bazara xas olan risk və vəziyyətin qeyri-müəyyənliyi menecerlərdən sərbəstlik və qəbul edilən qərarlara görə məsuliyyət tələb edir, yeniliklərlə bağlı optimal təşkilati və elmi-texniki həllərin axtarışına imkan yaradır.

İstənilən səviyyədə menecerə aşağıdakı tələblər qoyulur:

- müəssisənin idarə edilməsi sahəsində ümumi biliklərin mövcudluğu;

- şirkətin fəaliyyət növü və xarakteri ilə bağlı olduğu sahədə istehsal texnologiyası məsələlərində səlahiyyətliklik;

- yalnız idarəetmə bacarıqlarına sahib olmaq deyil, həm də sahibkarlıq, bazarlarda vəziyyətə sahib olmaq, təşəbbüs göstərmək və firmanın resurslarını ən əlverişli tətbiq sahələrində fəal şəkildə yenidən bölüşdürmək bacarığı;

- aşağı səviyyəli rəhbərlərlə və işçilərlə razılaşdırmaqla əsaslandırılmış və səriştəli qərarların qəbul edilməsi, onların icrasında hər kəsin iştirakının bölgüsü;

- əsas bazarlarda, onların seqmentlərində iqtisadi vəziyyətin təhlili sahəsində praktiki təcrübə və biliklərin olması, hansılarda ki, artıq işləyir və ya işləmək niyyətindədir;

- rəqib firmaların fəaliyyətini və hərəkətlərini təhlil etmək bacarığı;

- təsərrüfat konyukturasının inkişaf tendensiyalarını, tələbin xüsusiyyətlərini, öz ölkəsində və digər ölkələrdə (onların bazarlarında firma mövqeyini gücləndirməyə və ya saxlamağa çalışır) iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi tədbirlərini qabaqcadan görmək bacarığı;

- istənilən səviyyədə menecerə ən vacib tələb - insanları idarə etmək bacarığıdır [45].

10.4. Azərbaycan Respublikasında sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusiyyətləri

Azərbaycan Respublikasında sahibkarlıq fəaliyyəti uğurla inkişaf edir. Bu haqda danışmaqdan öncə dünyada, müəyyən ölkələrin nümunəsində, sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafını ləngidən, bu sahədə problemləri qeyd etmək lazımdır.

Bu mənfi məsələlərin təhlili bizim üçün çox vacibdir. İqtisadiyyatın istənilən sahəsində daim inkişaf edən Azərbaycan bu problemləri nəzərə almalıdır və həmin səhvləri buraxmamalıdır. Nümunə kimi sahibkarlıqla bağlı dünyanın müxtəlif ölkələrində baş verən prosesləri götürək.

Bu ölkələrdə sahibkarlıq fəaliyyətinin dirçəlişi bir sıra çətinliklər və ziddiyyətlərlə bağlıdır.

Birincisi, sahibkarlığın qanunvericilik bazası yavaş-yavaş və tez-tez systemsiz şəkildə formalaşır. Bəzi ölkələrdə biznes mülkiyyət qarışıqlığı olduqca yüksək vergi dərəcələri şəraitində yaranır və inkişaf edir, şirkətin fəaliyyətinin son nəticəsini əhəmiyyətli bir hissəsindən məhrum edir.

İkincisi, təsərrüfat fəaliyyəti, müqavilələr və birliklər azadlığı yalnız iradəli qərarla ləğv edilə bilməyən təsərrüfatın inhisarçılıq təşkilatı ilə ziddiyyət təşkil edir, çünki bu ölkələrin iqtisadi strukturları onilliklər ərzində inhisarçılıq kimi yaradılmışdır.

Üçüncüsü, bəzi ölkələrdə əmtə-pul mübadiləsi maliyyə-kredit münasibətlərinin qeyri-mükəmməlliyi (pulun nağdlaşdı-

rılması, ödənişsizlik böhranı və s.), həmçinin inflyasiyanın yüksək templəri ilə ciddi şəkildə çətinləşib [23, səh. 214-217].

Bəzi ölkələrdə sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafının bütün zəruri şərtləri yalnız qismən mövcuddur ki, bu da biznesin forma və üslubuna öz təsirini göstərir. Bu ölkələrin sahibkarlıq fəaliyyətinin xarakterik xüsusiyyətlərini qeyd etmək olar.

Mülkiyyətin bölüşdürülməsi prosesi gizli gedir və müxtəlif növ sui-istifadə və kriminal strukturların yaradılması üçün zəmin yaradır.

İqtisadiyyatın əhəmiyyətli sahəsini dövlət müəssisələri təşkil edirdi, bunlarından çox hissəsi ya yarımçıq ya da ümumiyyətlə, fəaliyyət göstərmir, çünki ilkin qeyri-rentabellik və ya böyük kapital tutumu onlara bazar fəaliyyətinin təşkilində çətinliklərin öhdəsindən gəlməyə imkan vermir.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin müəyyən hissəsi uzunmüddətli perspektivə deyil, yalnız ilkin kapitalın yığılması vasitəsidir ki, bu da biznes fəaliyyəti sahəsində qeyri-sabitlik, qeyri-müəyyənlik və inamsızlığı gücləndirir. Müasir dünya ölkələrinin sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkilati formalarından ən populyar və təsirli olduğu səhmdar formasıdır.

Bu ölkənin iqtisadiyyatında səhmdar cəmiyyətlərinin populyarlığının bir sıra səbəblərini qeyd etmək olar:

- Birincisi, səhmdar forma iqtisadiyyatımızın əsasını təşkil edən iri müəssisələrin fəaliyyət göstərməsinə imkan yaradır.

Çox vaxt səhmdar cəmiyyəti sənaye nəhənglərinin bazar sisteminə daxil edilməsinin yeganə yoludur;

- İkincisi, səhmdar cəmiyyətləri əlverişsiz dövrlərdə böyük dayanıqlığa və "möhkəmliyə" malikdirlər, çünki onların yığım imkanları genişdir;

- Üçüncüsü, səhmdar forma iqtisadiyyatın demək olar ki, istənilən sahəsində sənayedə, bank işində, nəqliyyatda və ticarətdə tətbiq oluna bilər;

- Dördüncüsü, səhmdar cəmiyyətlər bir-birinin səhmlərinə sahiblik yolu ilə vahid sənaye-maliyyə kompleksləri yaratmaq imkanına malikdirlər ki, bu da bu və ya digər məhsulun bütün

istehsal zəncirinə nəzarət etməyə imkan verir.

Qiymətli kağızlar bazarı səhmdarın satış mexanizmi kimi çıxış edir.

Səhmdar cəmiyyətlər böyük şirkətlər olmaqla öz fəaliyyətini inhisarlaşdırmağa can atmaqdan azad deyillər. Bu tendensiya bazar mexanizmindən, deməli, rəqabətdən istifadə etməyə çalışan müxtəlif ölkələr üçün ikiqat təhlükəlidir.

Kiçik müəssisələr (firmalar) bazar sisteminin təməlidir və özünəməxsus təminatçısıdır.

Bəzi ölkələrdə kiçik biznes hələ çox zəifdir. Orada bəzən on minlərlə firma qeyri-dövlət sahibkarlıq fəaliyyətinin müxtəlif formaları ilə məşğuldur. Eyni zamanda, ekspert hesablamalarına görə, məsələn, Rusiya kimi bir ölkənin iqtisadiyyatı bazar sistemi çərçivəsində yalnız ən azı 3 milyon firmanın fəaliyyət göstərəcəyi halda normal fəaliyyətə başlayacaq.

Kiçik müəssisələr bir sıra iqtisadi məsələlərin həllinə kömək etməlidirlər:

- birincisi, monopoliya strukturlarına bazar alternativini olmaqla rəqabəti dəstəkləmək;
- ikincisi, bazarı mal və xidmətlərlə doldurmaq;
- üçüncüsü, artan işsizlik problemini yüngülləşdirməklə yeni iş yerləri yaratmaq;
- dördüncüsü, insanlara sahibkarlıq təbəqəsini formalaşdırmaq, sahibkarlıq qabiliyyətini göstərmək və reallaşdırmaq imkanı vermək.

Bütün bu vəzifələrin müxtəlifliyi bir çox ölkələrdə kiçik sahibkarlığın inkişafını iqtisadi islahatların ən mühüm istiqamətlərindən biri edir.

Dünya ölkələrinin kiçik biznesin təşkili və fəaliyyətinin əsas çətinliyi onun maliyyələşdirilməsi problemi. Böyük kapital böyük iqtisadi strukturlara qoşulmağa çalışır. Kiçik kapital isə öz işini qurmaq üçün kifayət deyil. Bununla əlaqədar olaraq, kiçik biznes yalnız ticarət, satınalma və vasitəçilik fəaliyyətində az və ya çox inkişaf edir, bu da kapitalın kifayət qədər sürətli dövriyyəsinə təmin edir və maliyyə problemini müvəqqəti olaraq aradan

qaldırır.

Kiçik biznes üçün növbəti çətinlik yüksək vergi dərəcələridir. İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, kiçik sahibkarlığa xüsusi vergi güzəştləri olmadan dəstək ağılaşmazdır, əsasda əgər bu proses, bir çox ölkələrdə olduğu kimi, demək olar ki, sıfırdan ağır iqtisadi şəraitdə həyata keçirilsə. Yüksək vergilər inflyasiya ilə birlikdə kiçik firmaları öz istehsalını genişləndirmək və hətta, sadəcə, dəstəkləmək imkanlarından məhrum edir.

Bəzi ölkələrdə kiçik biznesin xüsusi problemi onun hüquqi cəhətdən müdafiəsizliyidir. Bu məsələ kiçik firmalar üçün bürokratik əngəllərdən, hətta kiçik sahibkara qarşı təcavüz və zorakılığın birbaşa hərəkətlərindən keçmək mümkün olmadığı ifadə edilir. Bununla əlaqədar, yalnız "köməyi" olan firmalar özlərini kifayət qədər rahat hiss edirlər, yəni daha böyük iqtisadi və ya bürokratik himayəçiyə malikdirlər. Başqa sözlə, özəl muxtariyyət prinsipi və iqtisadi qərarların qəbul edilməsi azadlığı pozulur.

Kiçik biznesin bu və digər problemləri təkidlə kiçik sahibkarlığın iqtisadi və hüquqi dəstəyi formasında dövlət müdaxiləsi tələb edir. Xarici təcrübə göstərir ki, bu cür dəstək güzəştli kreditləşdirmə, güzəştli vergiqoyma, müxtəlif proqram və dəstək fondlarının yaradılması, kiçik müəssisələrin işləri üzrə xüsusi nazirliyin yaradılmasından ibarətdir.

Beləliklə, dünya ölkələrinin sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafının nəzərə alınması spesifik xüsusiyyətlərə malik mürəkkəb və ziddiyyətli bir prosesdir.

Azərbaycan Respublikasının müstəqillik əldə etməsindən 30 ildən artıq zaman keçir. Bu qısa müddət ərzində ölkəmiz böyük nailiyyətlər qazanıb. Təbii ki, ölkəmizin bazar iqtisadiyyatı şəraiti inkişafında sahibkarlıq fəaliyyəti, onun tərəqqisi iqtisadi islahatlarda önəmli yer tutur. Sahibkarlığın inkişafı üçün ölkəmizdə mühüm işlər görülür:

- respublikamızda qanunvericilik bazasının dünyanın aparıcı ölkələrinin standartlarına uyğun yaradılması;
- ölkədə siyasi sabitliyin bərqərar olması və bunun nəticəsində xarici investisiyaların axınının kəskin sürətdə artması;

- sahibkarlar üçün əlverişli vergi sisteminin yaradılması;
- sahibkarların dövlət tərəfindən hərtərəfli dəstəklənməsi və s.

Ümumiyyətlə, sahibkarlıqla bağlı bir çox qanunvericilik sənədlərinin içerisində ikisini xüsusilə qeyd etməliyik:

- Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli 1138 nömrəli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi";

- Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2021-ci il 2 fevral tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan 2030: sosial iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər".

Bu iki tarixi sənəddə Azərbaycanda sahibkarlıqla bağlı kifayət qədər dəyərli fikirlər var.

"Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi"ndə sahibkarlıq fəaliyyətinə aid bəzi məsələləri nəzərdən keçirək: "2025-ci ilədək Azərbaycanda müasir texnologiyalara, bazarlara və maliyyə vəsaitlərinə bərabər çıxış imkanlarını təmin edən rəqabət mühiti yaradılacaqdır. Yerli şirkətlərin canlanmasına və xarici investorların dünya standartlarına uyğun fəaliyyət göstərmələrinə şərait yaradacaq biznes mühiti təmin ediləcəkdir.

Biznesin həyata keçirilməsinin asanlıığı üç əsas sahəni əhatə edir:

- investisiya qoyuluşlarına şəraitin yaradılması;
- beynəlxalq dəyər zəncirlərinə inteqrasiya;
- biznes əməliyyatlarında qlobal standartlara nail olunması.

2025-ci ildə makroiqtisadi sabitlik, xüsusilə fiskal dayanıqlılıq, əlverişli biznes mühiti, inkişaf etmiş infrastruktur, xarici bazarlara sərbəst çıxış və xarici investisiyaların cəlb edilməsi nəticəsində Azərbaycan iqtisadiyyatı xarici şoklara daha davamlı olacaq və ölkədə əmək məhsuldarlığı Şərqi Avropa ölkələrinin müvafiq göstəricisinə çatdırılacaqdır" [3].

"Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər"də sahibkarlıq fəaliyyəti ilə bağlı məsələlər xüsusi vurğulanıb: "Özəl sektorun, xüsusilə də kiçik və orta sahibkarlığın

iqtisadi artımın və məşğulluğun başlıca mənbəyinə çevrilməsi üçün işgüzar mühit əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırılmalı, məhkəmə hüquq sistemində şəffaflyq artırılmalı, haqsız rəqabətin qarşısı alınmalı, yeni və şəffaf özəlləşmə strategiyası həyata keçirilməlidir. Biznesin təşviqi mexanizmlərinin iqtisadi səmərəsi artırılmalıdır. Vergi və gömrük siyasəti dövlət büdcəsinin xərclərinin təmin edilməsi üçün adekvat imkanlar yaratmaqla yanaşı, sahibkarlıq fəaliyyətinin stimullaşdırılmasına xidmət etməlidir" [5].

Bütün qeyd olunan məsələlər Azərbaycan Respublikasında sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafını bir daha sübut edir.

XI FƏSİL

BAZARIN SİSTEM YARADAN ELEMENTLƏRİ: ƏMTƏƏ, DƏYƏR VƏ PUL

11.1. İctimai təsərrüfatın formaları və onların təkamülü

İctimai təsərrüfatın forması iqtisadiyyatın real fəaliyyət göstərdiyi insanların təsərrüfat fəaliyyətini təşkil etməyin müəyyən üsuludur. İstehsalın iqtisadi təşkilinin ümumi formalarına *natural təsərrüfat* və *əmtəə istehsalı* aiddir.

Natural təsərrüfat – istehsalın təsərrüfatdaxili tələbatların ödənilməsinə yönəldildiyi təsərrüfat növüdür. Natural təsərrüfatın əsas çatışmazlığı ondan ibarətdir ki, o, əmək məhsuldarlığının artımını təmin edə bilməz, ona görə də yalnız minimum həyat şəraitini dəstəkləyir.

Əmtəə istehsalı – məhsulların ayrı-ayrı, fərdi istehsalçılar tərəfindən istehsal olunduğu ictimai təsərrüfatın təşkili formasıdır, onların hər biri istehsal texnologiyası vasitəsilə bir və ya bir neçə oxşar məhsulların istehsalı üzrə ixtisaslaşır [23, səh. 140-149]. Beləliklə, əmtəə istehsalının yaranması şərtlərindən biri əməyin ictimai bölgüsüdür. Digər şərt isə istehsalçıların iqtisadi cəhətdən ayrılmasıdır. Tarixən əmtəə istehsalının iki növü tanınır: sadə və iri kapitalist. Sadə əmtəə istehsalı onların şəxsi mülkiyyətinə və əməyinə əsaslanan xırda əmtəə istehsalıdır. İri, ümumi əmtəə istehsalının meydana gəlməsi kapitalist iqtisadi sisteminin bərqərar olması ilə bağlıdır.

Əmtəə – insanın şəxsi istehlakı üçün deyil, cəmiyyətin və onun üzvlərinin tələbatını ödəmək üçün yaratdığı və alqı-satqı vasitəsilə istehlakçıya çatdırılan əmək məhsuludur (əşya və ya xidmət). Əmtəənin insan tələbatını ödəmək qabiliyyəti əmtəənin istehlak dəyəri (faydalılığı) adını almışdır. Əmək məhsulunu əmtəəyə çevirmək üçün o, əldən-ələ əvəzsiz deyil, hər hansı digər tələb olunan istehlak dəyəri müqabilində keçməlidir, yəni o yalnız ictimai istehlak dəyəri deyil, həmçinin mübadilə dəyəri qazanmış olmalıdır. Mübadilə dəyəri malın müəyyən miqdar mütənasib-

liklərində digər mallarla mübadilə edilə bilmək qabiliyyətidir.

İqtisadçı nəzəriyyəçilər bir neçə dəyər konsepsiyasını inkişaf etdirmişlər.

Onlardan biri əmək dəyəri nəzəriyyəsi, hansı ki, onun istehsalına sərf olunmuş əmək nəticəsində malın dəyərinin substansiyasını və miqdarını müəyyən edir. Dəyərin əmək nəzəriyyəsinin əksinə yeni nəzəriyyələr ortaya çıxdı. Bunlara aşağıdakılar daxildir:

- *son faydalılıq nəzəriyyəsi;*
- *tələb və təklif nəzəriyyəsi;*
- *istehsal xərclərinin nəzəriyyəsi;*
- *üç istehsal amilinin nəzəriyyəsi.*

Son faydalılıq nəzəriyyəsi XIX əsrin ikinci yarısında yaranmışdır və Avstriya məktəbinin nümayəndələri Y.Menger, F.Vizer, O.Bem-Bavekin əsərlərində daha çox inkişaf etmişdir. Bu nəzəriyyə dəyəri, nemət və xidmətlərin qiymətini alıcının iqtisadi psixologiya, istehlakçının faydalı əşyalar mövqeyindən izahını verir.

İstehsal xərclərinin nəzəriyyəsi (R.Torrens, C.Mak-Kullox, C.S.Mill) iddia edir ki, malların qiymətinin tələb və təklifinin nisbəti istehsal xərcləri ilə müəyyən edilir.

İstehsal xərclərinin nəzəriyyəsi üç istehsal amilinin nəzəriyyəsinə (J.B.Sey) çox yaxındır. Bu nəzəriyyəyə görə, dəyərin yaradılmasında üç amil iştirak edir: əmək, kapital (istehsal vasitələri nəzərdə tutulur) və torpaq. Hər bir amil dəyərin müvafiq hissəsini yaradır və onların hər birinin sahibinə gəlirin payı "istinad edilir".

A.Marşall tərəfindən ifadə edilən dəyər probleminə yanaşma əvvəllər hazırlanmış bütün nəzəriyyələrin üstünlüklərinin sintezidir. A.Marşall qiymətlərə təsir edən iki amili ayırırdı: son faydalılıq və istehsal xərcləri. O hesab edirdi ki, malın satıcısının təyin etdiyi qiymət onun istehsal xərcləri, bazar qiymətləri isə tələb və təklif nəticəsində alıcılar və satıcılar tərəfindən müəyyən edilir.

11.2. Əmtəə və onun xassələri

Əmtəə – satış və ya mübadilə üçün nəzərdə tutulmuş məhsulun fəaliyyətidir (iş və xidmətlər daxil olmaqla) [16, səh. 126-130].

Kommersiya fəaliyyətinin obyektı olan əmtəə dörd əsas xüsusiyyətə malikdir:

- *çəşid*;
- *keyfiyyət*;
- *kəmiyyət*;
- *dəyər*.

İlk üç xüsusiyyət insanın real ehtiyaclarını təmin edir (fizioloji, sosial, psixoloji və s.). Bu xüsusiyyətlər sayəsində məhsullar müəyyən istehlakçı qrupları üçün faydalı olur və əmtəəyə çevrilir.

Əmtəənin əsas komponentləri aşağıdakılardır:

- fiziki və istehlak xüsusiyyətləri toplusu;
- əlaqədar əmtəələr;
- markanın adı (ticarət markası);
- keyfiyyətli qablaşdırma;
- əlaqədar xidmətlər;
- zamanət.

Əmtəə iki prinsiplial xüsusiyyətə malikdir – istehlak və mübadilə dəyərinə.

İstehlak dəyəri – məhsulun hər hansı bir insan tələbatını ödəmək qabiliyyətidir, yəni ictimai faydalı nemətdir.

İstehlak dəyərinin fərqləndirici xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, o, mübadilə dəyərinin da şıyıcısı, yəni əmtəənin başqa əmtəələrə məlum nisbətdə mübadilə edilmək qabiliyyəti kimi çıxış edir.

Mübadilə dəyərinin dəyər forması, mübadilə aktında onun xarici təzahürüdür.

Satıcı və alıcının bazarda maraqları fərqlidir. Alıcı üçün əmtəənin dəyəri onun faydalılığından ibarətdir. Satıcı isə əmtəənin satışından gəlir şəklində maksimum mənfəət əldə etməyə çalışır. Ticarət fəaliyyəti bu maraqların birləşdirilməsini təmin etməlidir, yəni əmtəənin alqı-satqı prosesində satıcının və alıcının itkiləri və

mənfəətləri ortalıqmalıdır.

Müəyyən əlamətlərə görə formalaşan və müxtəlif fərdi ehtiyacları təmin edən əmtəə dəsti çeşiddir. Əmtəənin çeşidinin müxtəlifliyi qruplara, alt qruplara, növlərə və yarımnövlərə bölgüsünü əhatə edən təsnifatlara məruz qalır.

Xidmət – istehlak bazarının əmtəədən az əhəmiyyəti olmayan komponentidir. Xidmət bazar dəyəri və istehlakçı üçün psixoloji fayda olan satıcının hərəkətlərini təşkil edir. **Əsas xidmət növləri aşağıdakılardır:**

* məişət (məsələn, mağazada xidmət, saç kəsimi, ayaqqabı təmiri);

* nəqliyyat;

* kommunal xidmətlər (su, elektrik təchizatı, mənzillərin texniki xidməti);

* mədəniyyət;

* təhsil;

* səhiyyə;

* vasitəçilik;

* informasiya;

* reklam və marketinq.

Xidmət ayrıca məhsul kimi (nəqliyyat xidməti) və əmtəə ilə birlikdə (kolbasanın çəkilməsi: kolbasa əmtəə, onun çəkilməsi isə xidmətdir) çıxış edə bilər. Əslində satış əmtəə ilə birlikdə xidməti təşkil edir. İstehlakçı mal alarkən, faktiki olaraq xidmətə görə haqq ödəyir. Ona görə, bir çox insanlar yaxşı xidmətə (servisə) görə əlavə pul verməyə hazırdılar. Servis isə - xidmətlərin məcmusudur.

İnformasiyanın keyfiyyətini müəyyən edən xassələrinin məcmusu "adi" əmtəənin xüsusiyyətlərindən fərqlənir. İnformasiya fayda, dəyər, yeniliklə yanaşı, düzgünlük, vaxtında olma, əlçatanlıq, tamlıq kimi xüsusi istehlak xassələrinə malik olmalıdır.

Əgər istehsal edilmiş "adi" əmtəənin təyinatı və müəyyən istehlak xassələri varsa, müxtəlif məqsəd və yaxud fəaliyyət növlərinin həyata keçirilməsində eyni informasiyanın keyfiyyəti müxtəlif sahələrdə parametr dəstləri və informasiyanın keyfiyyətinin müəy-

yən edilməsi metodikası ilə fərqlənir. Bu o deməkdir ki, istənilən informasiya məhsulunun faydalılıq funksiyaları insanların sayı qədər mövcuddur.

Məlumatın keyfiyyətinin qiymətləndirilməsində çətinlik var. İnformasiya və informasiya resursları universal ölçünün olmaması ilə xarakterizə olunur. Məlumatı ölçmək üçün bütün cəhdlər bu ünvan sahibi üçün konkret vəziyyətə aid olan məlumatları xarakterizə edən şərti tədbirlərlə bağlıdır. Malların keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi sistemləri əsasən xüsusi metodikalarla müəyyən edilmiş və yaradılmışdır.

Əməyin nəticəsi olaraq məlumat həmişə forma vermir, lakin həmişə məzmunla malikdir. Yerdəyişmə, yayılma zamanı, məlumat məzmununu saxlayaraq, formanı dəyişir.

"Adi" məhsul istehsal olunur və bir qayda olaraq, öz formasını dəyişmir. İnformasiya məhsulları və xidmətlərinin müxtəlif istehlakçılara informasiyanın təqdim edilməsinin müxtəlif üsulları rahatdır, çünki informasiya məhsulunun istehlakı səy tələb edir və bu subyektin hazırlıq dərəcəsindən asılıdır. İnformasiya məhsulunun "ünvanı" yaranır. İnformasiyanın belə ünvanlı olması, həmçinin informasiya məhsulunun daşıyıcısının qaçınılmaz mənəvi qocalması nəticəsində ona olan tələbat heç vaxt birdəfəlik ödənilə bilməz.

Əmtənin dəyərinin miqdarı xərclənmiş əməyin miqdarı ilə müəyyən edilir. Əməyin miqdarını müəyyən etmək üçün istifadə olunan vahid vaxt, fərdi (ayrı-ayrı müəssisədə əmtəələrin hazırlanması üçün lazım olan) deyil, ictimai-zəruri olan bir vahiddir. Bu, ictimai normal istehsal şəraiti olduqda və cəmiyyətdə orta əmək qabiliyyəti və intensivliyi səviyyəsində hər hansı bir istehlak dəyərinin hazırlanması üçün lazım olan vaxtdır. O, əsas məhsul kütləsinin istehsal olunduğu müəssisələrdə fərdi iş vaxtına meyil edir. İctimai-zəruri xərclərin formalaşdırılması rəqabət prosesində baş verir.

11.3. Əmtəə dəyərinin məbləği, ona təsir edən amillər

Əmtəənin dəyəri əməyin məhsuldar qüvvəsindən asılı olaraq dəyişir.

Əmək məhsuldarlığı – iş vaxtının vahidinə görə istehsal olunan məhsulların miqdarıdır. Əmək məhsuldarlığının artması ilə məhsulun hər bir vahidində az miqdarda əmək təcəssüm olunur. Məhsul vahidinin dəyəri azalır, bütün kütlənin dəyəri dəyişmir [20, səh. 287- 288].

Əmək intensivliyi – iş vaxtının vahidinə görə əmək xərcləridir. Daha intensiv əmək iş vaxtının vahidinə görə daha az intensiv əmək haqqı ilə müqayisədə böyük dəyər yaradır.

Beləliklə, dəyərin məbləği əmək intensivliyinə birbaşa mütənəsb və əmək məhsuldarlığına tərs mütənəsbdir. Mürəkkəb əmək - hazırlıq tələb edir, sadə - hazırlıq tələb etmir. Mürəkkəb əmək, sadə əməkdən fərqli olaraq, vaxt vahidi ərzində daha çox dəyər yaradır.

11.4. Dəyər qanunu

Əmtəə istehsalının inkişafı və onun müasir bazar təsərrüfatına çevrilməsi dəyərin qanunu əsasında həyata keçirilmişdir.

Dəyər qanununun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, bütün əmtəələr ictimai zəruri əmək xərcləri əsasında dəyərlə dəyişdirilir. Bu, yalnız əmtəə dövriyyəsinin qanunu deyil, həm də istehsal qanunudur. Dəyər qanununun qüvvədə olma mexanizmi əmtəənin fərdi və ictimai dəyərləri arasındakı fərqə əsaslanır. Əmtəələrin qiymətləri onların dəyərlərinə doğru meyillənir və ətrafında dəyişir ki, əmtəə istehsalı nə qədər inkişaf edirsə, uzun müddət ərzində orta qiymətlər dəyərlərlə üst-üstə düşür [10, səh. 109-112].

Sadə əmtəə istehsalında və inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı şəraitində dəyər qanunu aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirir:

- *İctimai istehsalın mütənəsbliklərini tənzimləyir.* Çünki bazarda qiymətlər tələb və təklifdən asılıdır, əgər təklif tələbi ödəmirsə və əmtəənin qiyməti artırsa, bu o deməkdir ki, onun istehsal-

çıları əmtəəni yüksək qiymətlərlə sataraq böyük gəlirlər əldə edirlər. Bu gəlirlərin arxasında digər istehsalçılar öz kapitallarını bu istehsala yönəldirlər ki, bu da ayrı-ayrı sahələr və istehsalatlar arasında nisbətlərin dəyişməsinə gətirib çıxarır. Bazar əmtəədən doyduqda qiymətlər düşməyə başlayacaq, bu dövrdə daha sərfəli olan digər sənayeyə kapital axını baş verəcək. Bu proses də daim davam edir.

- *İstehsalçıların fərqləndirilməsini artırır.* Əmtəələrin dəyəri satıldığı üçün (yəni ictimai zəruri xərclər üzrə) fərdi dəyəri ictimai qiymətdən yüksək olan istehsalçılar rəqabətə davam gətirmir və müflisləşirlər. Əmtəəni ictimai xərclərdən aşağı istehsal edənlər zənginləşirlər.

- *Məhsuldar qüvvələrin inkişafını stimullaşdırır.* Əmək məhsuldarlığını artırmağa imkan verən hər hansı yeniliyi tətbiq edən istehsalçı, ictimai qiymətdən az olan fərdi dəyəri olan əmtəəni istehsal edir və onları ictimai dəyəri ilə satır. Beləliklə, əlavə mənfəət əldə edilir. Bu, o vaxta qədər baş verir ki, yenilik ictimai yayım almayacaq, ictimai zəruri əmək xərclərini azaltmayacaq. Əlavə gəlir əldə etmək üçün əmək alətlərini, istehsalın təşkilini və s. təkmilləşdirmək, yəni məhsuldar qüvvələri inkişaf etdirmək lazımdır.

Beləliklə, istehsal nisbətlərinin tənzimlənməsi, əmtəə istehsalçılarının fərqləndirilməsi və məhsuldar qüvvələrin inkişafının stimullaşdırılması vasitəsilə dəyər qanunu sadə əmtəə istehsalının kapitalist istehsalına çevrilməsi, əmtəə-pul münasibətlərinin və bazar təsərrüfatının gələcək inkişafı üçün zəruri şərait yaradır.

11.5. Pul – məzmunu, əhəmiyyəti və funksiyaları.

Pul sistemi

Pulun yaranması ilə bağlı bir neçə konsepsiya var, lakin bunların içərisində iki əsas konsepsiyanı fərqləndirirlər: *rasional* və *təkamül*. Birinci Aristotelin dövründə yaranan konsepsiyadır və XVIII əsrin sonuna qədər hökm sürmüşdü.

Pulun mənşəyinin ikinci konsepsiyasının ardıcıl tərəfdarı

K.Marks idi. O, pulu mübadilənin və əmtəə istehsalının inkişaf məhsulu kimi müəyyən etmişdi.

Pul bir sıra funksiyaları yerinə yetirir və onların mahiyyəti bu funksiyalarda özünü göstərir. Pulun aşağıdakı funksiyaları mövcuddur:

- 1) *dəyər ölçüsü;*
- 2) *tədavül vasitəsi;*
- 3) *sərvətin formalaşması vasitəsi;*
- 4) *ödəniş vasitəsi;*
- 5) *dünya pulları.*

Pulun dəyər ölçüsü kimi malların istehsalı üçün ictimai əmək xərcləri tədbir rolunda çıxış edir, malları mütənəşib edir. Pulda ifadə edilən malların dəyəri qiymət adlanır. *Qiymətlər və onların hərəkətlərinin əsasında dəyər qanunu durur.* Əmtəənin dəyərinə görə müxtəlif malların qiymətlərini müqayisə etmək üçün onlar vahid miqyasa endirilməlidir, yəni eyni pul vahidlərində ifadə edilməlidir.

Pul tədavül vasitəsi funksiyasını yerinə yetirərkən əmtəənin mübadiləsində vasitəçi kimi çıxış edir. Əmtəənin dövriyyəyə başlamazdan əvvəl pulda mükəmməl qiymətləndirildiyi dəyər ölçüsü funksiyasından fərqli olaraq, malların dövriyyəsində pul real olaraq iştirak etməlidir, lakin onlar mübadilə prosesində ani iştirak edirlər. Bu funksiyada nağd pul nişanlarından istifadə olunur.

Ödəniş vasitəsi funksiyasını pul borc öhdəliyinin ödənilməsi zamanı yerinə yetirir, nə vaxt ki, xidmətin göstərilməsi ilə onun ödənilməsi arasında vaxt boşluğu yaranır, yəni malların, xidmətlərin və pulun qarşılıqlı hərəkəti yoxdur və kredit münasibətləri yaranır. Bu funksiyanı həm nağd, həm də nağdsız pul yerinə yetirə bilər.

Sərvətin toplanması, qorunub saxlanması və formalaşması vasitəsi onların sahiblərində hərəkətsiz (yığım hüquqi və fiziki şəxslərdən banklarda faizlər şəklində gəlir gətirən banklardakı hesablar şəklində qalıqlar şəklində, banklar onları tədavülün digər prosesində aktiv pul kapitalına çevirdikdə, əmanətlər fiziki şəxslərdən nağd pul, xəzinələr şəklində yalnız həqiqi qızıl və gümüş pullara aiddir), müvəqqəti olaraq saxlanılan pulları yerinə yetirir.

Dünya pulları funksiyasını müxtəlif dövlətlərin subyektləri arasında iqtisadi əlaqələrə xidmət etməklə yerinə yetirirlər. Bu zaman pul ödəniş vasitəsi (ödəniş balansı üzrə hesablaşmalar, xarici borcların ödənilməsi və s.), alqı vasitəsi (xaricdə malları birbaşa alarkən), sərvətin yerdəyişməsinin ümumi vasitəsi ola bilər.

Əmtəə dövriyyəsi üçün lazım olan pulun miqdarı bir çox amillərdən asılıdır. Lakin onlardan ikisi ən vacib rol oynayır:

- a) satılan malların qiymətlərinin məbləği;
- b) pul dövriyyəsinin sürəti.

Pul tədavülü qanunu aşağıdakı kimidir: dövriyyə üçün lazım olan pulun miqdarı eyniadlı pul vahidlərinin dövriyyə sayına bölünmüş malların qiymətlərinin məbləğinə bərabərdir. İqtisadi nəzəriyyədə amerikalı iqtisadçı İ.Fişerin "Pulun alıcılıq qabiliyyəti" əsərində təklif etdiyi mübadilə tənliyi geniş vüsət alıb. Mübadilə tənliyi və ya bəzən, Fişerin tənliyi adlandırılan bu məfhum aşağıdakı kimidir:

$$MV = PQ;$$

Burada:

M - dövriyyədə olan pul kütləsinin miqdarı; **V** - pul vahidinin dövriyyəsinin orta sürəti; **P** - qiymət səviyyəsi; **Q** - milli məhsulun real həcmi.

Bu tənlik onun parametrlərinin komponentlərini hesablamağa imkan verir:

- tədavül edilən pul kütləsi - $M = PQ / V$;
- pul vahidinin dövriyyə sürəti - $V = PQ / M$;
- orta qiymət səviyyəsi - $P = MV / Q$;
- milli məhsulun pul dəyəri - $Q = MV / P$ [23, 283-289 s.].

Pulun müxtəlif nəzəriyyələri var. Onlardan biri *metalistik nəzəriyyədir*. Bu nəzəriyyə pulu nəcib metallarla eyniləşdirir. Onun tərəfdarlarının (merkantilistlərin) fikrincə, qızıl və gümüş təbii xüsusiyyətlərinə görə puldur. Onlar pulu yalnız qiymətli metallarla yerinə yetirilən dəyər ölçüsünün, xəzinənin və dünya pulunun funksiyaları kimi qəbul edirlər.

Nominalist nəzəriyyə pulu dəyər nişanları, şərti hesablama vahidləri hesab edir. Pulun nominalist nəzəriyyəsi daha geniş şəkildə Alman iqtisadçısı Q.F.Knapp tərəfindən onun "Dövlət pul

nəzəriyyəsi" kitabında təqdim edilmişdir. Bu kitabda pul dövlət hakimiyyəti və hüquqi münasibətlərin məhsulu kimi, dövlət pul nəzəriyyəsi irəli sürülmüşdür. Onun fikrincə, kağız pullar qanunla müəyyən edilmiş ödəniş vasitəsidir. Onların alıcılıq gücü dövlət tərəfindən müəyyən edilir.

Kəmiyyət nəzəriyyəsinə görə, pulun dəyəri onun miqdarıyla tərs mütənəsbidir, yəni pul nə qədər çoxdursa, onların dəyəri bir o qədər də az olur. Bu nəzəriyyənin tərəfdarları hesab edirlər ki, bazarda görünənə qədər pulun heç bir dəyəri, malların isə qiyməti yoxdur. Və yalnız burada, bazarda, qızıl kütləsinin və malların hər hansı bir nisbəti onların dəyərini və qiymətini müəyyənləşdirir.

Tənzimlənən valyuta nəzəriyyəsi pulun nominal və kəmiyyət nəzəriyyələrinin əsas müddəalarının birləşməsidir. Onun nümayəndəsi C.M.Keyns kağız pulları tərifləyir, onların ləyaqətini dövrüydə olan pulun miqdarı kimi dövlət tərəfindən müəyyən edilə bilməsində görür. Bu, tələbin stimullaşdırılması üçün əsas vasitədir.

Əgər XIX əsrdə alimləri ilk növbədə pul nəzəriyyəsinin keyfiyyət aspektləri narahat edirdisə, XX-XXI əsrlərdə əsasən kəmiyyətə qarşılıqlı əlaqələr maraqlandırır.

Pul sistemi - ölkədə tarixən təşəkkül tapmış və dövlət tərəfindən qanunvericiliklə müəyyən edilmiş pul tədavülünün təşkilinin formasıdır.

Pul sistemi müəyyən elementlərdən ibarətdir:

- * milli pul vahidinin adı;
- * pul nişanlarının növləri və küpürləri, onların təminatının xarakteri;
- * pul emissiyasının qaydası, yəni pulların çap edilməsi və onların dövrüyyəyə buraxılması qaydası;
- * milli valyuta məzənnəsinin müəyyən edilməsi və onun xarici valyutalara dəyişdirilmə qaydası;
- * ölkədə pul dövrüyyəsinin tənzimlənmə və nəzarətini həyata keçirən dövlət maliyyə institutlarının mövcudluğu.

Tarixən pul sistemlərinin iki əsas növü məlumdur: *metal* və *kağız-kredit*.

Metal sistem - ümumi ekvivalentin rolu və tədavül vasitələri

yerinə yetirilən metal pul(qızıldan və ya gümüşdən) sistemidir. Metal sistem iki növə bölünür - *bimetalizm* və *monometalizm*.

Bimetalizm - universal ekvivalentin rolunun qanunvericilik yolu ilə eyni vaxtda iki nəcib metal, qızıl və gümüş üçün bərabər hüquqlarla təsbit edildiyi sistemdir. Bimetalizm sistemi uzun müddət davam etsə də (Qərbi Avropada XVI əsrdən XIX əsrin əvvəllərinədək), o, qeyri-mümkün olub, çünki pulun təbiətinə vahid ümumi ekvivalent kimi zidd olub. Ümumi ekvivalentin iki metal üzərində qanunvericiliyin bağlanması onların real bazar dəyərinin nisbətinə cavab vermir.

Bimetalizmin ziddiyyəti və qeyri-sabitliyi tədricən onun tənzümlünə və qızıl monometalizmi ilə əvəz olunmasına gətirib çıxardı.

Monometalizm - ümumi ekvivalentin rolu bir nəcib metal-qızılı bərkidilən pul sistemidir. İlk dəfə olaraq qızıl monometalizmi İngiltərədə (1816-cı il), sonra isə Fransada 1876-1878-ci illərdə, Rusiyada-1897-ci ildə tətbiq edilmişdir.

Qızıl monometalizmin dörd növü vardır:

- *qızıl sikkə standartı;*
- *qızıl külçə standartı;*
- *qızıl deviz standartı;*
- *qızıl dollar standartı.*

Qızıl sikkə standartına aşağıdakı xüsusiyyətlər xasdır:

* pul vahidində qızılın çəkisinin, məzmununun qanunvericilik tərəfindən fiksə edilməsi;

- * qızıl sikkələrin sərbəst dövriyyəsi;
- * qızılın bütün pul funksiyalarının icrası;
- * qızıldan sikkələrin sərbəst şəkildə düzəldilməsi;
- * dəyər nişanlarının (kağız pul və əskinasların) onların ümumi dəyəri üzrə qızıl sikkələrə sərbəst mübadiləsi;
- * ölkələr arasında qızılın sərbəst hərəkəti;
- * qızıl (çəki) paritetlər əsasında valyuta məzənnələrinin formalaşması.

Qızıl sikkə standartı Birinci Dünya müharibəsinə qədər tam həcmdə mövcud olmuşdur. Birinci Dünya müharibəsindən sonra

xeyli qızıl ehtiyatına malik olan ölkələr (İngiltərə, Fransa) qızıl külçə standartını tətbiq etdilər, bu isə qızıl sikkələrin sərbəst düzəldilməsini və onların əsginaslara dəyişdirilməsini inkar edirdi. Əskinasların (banknotların) mübadiləsi yalnız qızıl külçələrlə aparıla bilərdi, lakin belə bir mübadilə külçələrin dəyəri ilə məhdudlaşdı. Məsələn, İngiltərədə çəkisi 12,4 kq olan külçəyə 1700 funt sterlinq, Fransada çəkisi 12,7 kq olan külçəyə 215 000 frank ödəmək lazım idi.

Almaniya, Avstriya, Norveç, Danimarka və əhəmiyyətli qızıl ehtiyatları olmayan digər ölkələr *qızıldeviz standartını* tətbiq etdilər. Bununla yanaşı, pulun qızılla əlaqəsi bilavasitə deyil, qızıl təminatı olan xarici valyuta (deviz) vasitəsilə həyata keçirilir. Məsələn, milli valyutasını qızıla dəyişmək üçün əvvəlcə qızıladaşyan standartla (ingilis funt sterlinqi, fransız frankı) ölkənin valyutasına, sonra valyutanı qızıl külçələrə dəyişmək lazım idi [23, səh. 296-298].

1929-1933-cü illərdə baş vermiş dərin dünya böhranı zamanı və böhrandan sonrakı ilk illərdə qızıl monometalizmin hər üç növü milli iqtisadiyyatların böhrandan çıxmasına dair dövlətlərin vəzifələrinə cavab vermədiyi üçün ləğv edilmişdir.

Qızıl dollar standartı ilə milli valyutaların qızılla dəyişdirilməsi bütün ölkələrdə ləğv edilib, qızıl üçün ABŞ dolları mübadiləsi isə yalnız BVF-nin üzvü olan ölkələrin hökumətləri və mərkəzi banklar üçün həyata keçirilib. 1971-ci ildə qızıl üçün dollar mübadiləsi dayandırıldı.

1976-cı ildə BVF-nin üzvü olan ölkələr Yamaykada (Kingston şəhərində) Beynəlxalq Konfrans keçirmiş və keyfiyyət-cə yeni dünya valyuta sistemində - aşağıdakı prinsiplərə əsaslanan kağız-kredit sistemində keçid elan etmişlər:

- qızılın demonetizasiyası (*demonetizasiya* prosesi qiymətli metalların və ya pul vahidinin öz nominal funksionallığının bütöv və ya bir hissəsinin itirilməsi deməkdir. Sadə sözlə, demonetizasiya sikkələrin və əskinasların dövriyyədən rəsmi çıxarılma prosesidir. Bu zaman köhnə sikkələrin və əskinasların yeni nümunələrlə əvəz edilməsi və ya ölkənin yeni valyutasına keçidi prosesi baş

verir) hüquqi cəhətdən təsbit edilmişdir, yəni qızıl standartından tam imtina olmuşdur;

- milli valyutaların qızıl məzmununun (qiymətlərin miqyası) ləğv edilməsi;

- qızılın universal ekvivalenti rolunun icrası dayandırılıb;

- əvvəllər mövcud olan qızılın rəsmi qiyməti ləğv edildi (bir unsiya (31,1 qram) - 35 dollara bərabər idi);

- pul əmtəəsindən qızıl adi əmtəəyə çevrilirdi ki, o, dünya qiymətli metallarının bazarlarında tələb və təklifdən asılı olaraq müəyyən edilən qiymətə satılır və alınır;

- üzən valyuta məzənnələrinə keçid daxil edilmişdir;

- pul sistemində kağız və kredit pulları fəaliyyət göstərirdi.

Bununla yanaşı, qızılın nümayəndələri kimi əvvəlki klassik kağız pullar bu gün onun demonetizasiyası nəticəsində dövriyyədən yoxa çıxıb. Çünki dövlət büdcəsi çox vaxt böyük kəsirə malikdir. Onu əhatə etmək üçün dövlət xəzinəsi qızıl təminatı olmayan kağız pullar buraxır. Buna görə də onları dövlət xəzinədarlıq biletləri də adlandırırlar.

Kredit pulları kredit müqaviləsi əsasında yaranan və fəaliyyət göstərən dəyər nişanlarıdır və kreditor ilə borclu arasında münasibətləri ifadə edirlər.

Əvvəlcə klassik kredit və kağız pulları bir-birindən fərqlənirdi. Kredit və kağız pulların fərqlərini aşağıdakı kimi qeyd edə bilərik:

*** kredit pullar üzrə:**

- onların yaranması pulların ödəniş vasitəsi funksiyası ilə əlaqəlidir;

- qızıl və digər aktivlərlə təmin edilir;

- banklar tərəfindən buraxılır;

- sərbəst dövriyyədədir.

*** kağız pullar üzrə:**

- onların yaranması pulların tədavül vasitəsi funksiyası ilə əlaqəlidir;

- qızılla təmin edilmir;

- dövlət tərəfindən buraxılır;

- məcburi tədavül xarakteri daşıyır, qəbula mütləqdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, kredit pulların aşağıdakı növləri var:

- *veksel*;

- *banknot*;

- *çek*;

- *kredit kartı*;

- *elektron pul*.

Veksəl qanunla müəyyən edilmiş ciddi formada yazılı borc öhdəliyidir, burada pul borcunun məbləği və onun ödənilməsi müddəti göstərilir. Veksəl onun sahibinə (veksəl saxlayana) müəyyən edilmiş müddət keçdikdən sonra borcun ödənilməsini borcludan tələb etmək hüququnu verir. Veksellər *sadə* və *köçürmə* olur. *Sadə* *veksəl* bir şəxs tərəfindən digər şəxsin adına imzalanmış və üçüncü şəxsə verilə bilməyən vekseldir.

Köçürmə vekseli (tratta) - müəyyən müddətə veksəl verəndən borc almaq üçün üçüncü şəxsə (remitentə) verilə bilən vekseldir. Vekselin başqa şəxsə verilməsi təhvil yazısı (indossament) ilə rəsmiləşdirilir. Üçüncü şəxs, şəxsi təhvil yazısını həyata keçirib, vekseli dördüncü şəxsə verə bilər. Beləliklə, köçürmə vekseli pulun müəyyən formasını – tədavül və ödəniş vasitələri funksiyasını yerinə yetirən kredit pulunu əldə edir. ***Vekselin yaranmasından asılı olaraq kommersiya və bank veksələri mövcuddur.*** *Kommersiya vekseli* - malların alqı-satqısı zamanı ödənişin təxirə salınması, yəni möhlət müddəti ilə sahibkarların bir-birinə verdikləri borc öhdəliyidir. Bu, kredit əmtəə formasındadır. Kommersiya vekselinin sahibi onu üçüncü şəxsdən alınmış mallara görə ödəniş etmək əvəzinə puldan istifadə edə bilər.

Əskinas (banknot)-bank vekselidir, ona görə də təqdim edən istənilən vaxt pul ala bilər və bank onu kommersiya vekseli ilə əvəz edir.

Banklar kommersiya veksəllərinin uçotu (alınması) üzrə əməliyyatlar aparırlar, onların mahiyyəti ondan ibarətdir ki, veksəl sahibi ödəniş müddətinin çatmasına onu banka təqdim etməklə və veksəldə göstərilmiş məbləği uçot faizinin tutulması ilə əldə edə

bilər. Gələcəkdə banklar alınan kommersiya vekselləri əsasında öz veksellərini (banknotlarını) buraxırlar.

Əvvəlcə "klassik" banknotlar kommersiya vekselləri qarşısında bir sıra üstünlüklərə malik idi:

- *birincisi*, böyük etibardan istifadə edirdilər, çünki ayrı-ayrı kommersiantdan daha çox ödəniş qabiliyyəti olan bank adından buraxılırdılar;

- *ikincisi*, bank tərəfindən təqdim edənin birinci tələbi ilə qızıl üçün mübadilə edilirdi və buna görə də qızıl pulla bərabər dövrüydə idilər;

- *üçüncüsü*, banknot nəzərə aldıkları kommersiya veksellərinin əvəzinə bank tərəfindən hazırlandığından və qızıl üçün sərbəst mübadilə aparıldığından, o, ikiqat təminatla malikdir- əmtəə (veksel malları) və qızıl (bankın qızıl ehtiyatı);

- *dördüncüsü*, banknot bankın müddətsiz kredit öhdəliyidir və buna görə də kommersiya vekselindən fərqli olaraq, qeyri-məhdud tədavül dövrüdür.

Lakin bu üstünlüklər yalnız "klassik" əskinaslar üçün səciyyəvi idi.

"Klassik" əskinasların dövrü qızıl monetar pul tədavülü ləğv edildikdən, sonra hər bir əskinasın qızılla mübadiləsi ilə başa çatdı. Banknotlar kredit pullarının mühüm xüsusiyyətlərini itirməyə başladı və tədricən bir növ kağız puluna çevrildi. Buna o da kömək edirdi ki, bir çox dövlətlər pula ehtiyac duyaraq, emission banklara yalnız kommersiya veksellərinin təminatı ilə deyil, həm də xəzinənin vekselləri (dövlət borclarının istiqrazları) altında və sadəcə dövlət büdcəsinin kəsirini ödəmək üçün banknotların buraxılmasına icazə verirdilər. Bununla da kredit pulları, öz funksiyalarından başqa, kağız pulların funksiyalarını da yerinə yetirməyə başladı. Əskinasın özü isə kredit və kağız pulların özünəməxsus "hibrid"i oldu.

Çek bankda cari hesab sahibinin pul vəsaitlərinin ödənilməsi və ya onun hesabından müəyyən məbləğdə pulun başqa hesaba köçürülməsi barədə yazılı sərəncamıdır. İnkişaf etmiş ölkələrdə çek tədavülü çox yayılıb. Belə ki, ABŞ-da ailələrin 90% - dən çoxu,

İngiltərədə isə 60%-i çek kitabçalarına malikdir. Müasir kredit pullarının strukturunda təxminən 3/4 hissə çeklərin, 1/4 hissə isə banknotların payına düşür.

Kredit kartı bankdakı hesab sahibinin şəxsiyyətini təsdiq edən və ona nağd pul ödəmədən kreditə mal və xidmətlər əldə etmək hüququ verən şəxsi ödəniş hesablaşma sənədidir. Hazırda inkişaf etmiş ölkələrdə çoxlu sayda plastik kredit kartları (smart-kart), o cümlədən mal və xidmətlərin əldə edilməsi, səyahətlərin və istirahətin həyata keçirilməsi üçün, beynəlxalq hesablaşmalar üçün ("Viza", "Ameriken ekspress", "Masterkard", "Avrokard" və s.) nəzərdə tutulur. ABŞ-da 700 milyondan çox kredit kartı buraxılıb və bu kartlardan ölkə ailələrinin 80% - dən çoxu istifadə edir. Dünyanın inkişaf etmiş ölkələrinin əhalisinin maliyyə xidmətində kredit kartlarının payı 20% - dən çoxdur.

Depozit və elektron pullar getdikcə daha geniş yayılır.

Depozit pullar banklardakı iqtisadi subyektlərin hesablarında yazılmış müəyyən məbləğlər şəklində mövcud olan bank pullarının bir növüdür. Onların maddi ifadəsi yoxdur və nağdsız formada ödənişlər üçün istifadə olunur. Depozit pulların hərəkəti hesablar üzrə həyata keçirilir və bank sistemindən kənara çıxmır. Onlar texniki alətlərin - çeklərin, plastik kartların, ödəniş tapşırıqlarının və s. köməyi ilə hərəkətə gətirilir.

Depozit pulunun müasir növü *elektron pullardır*. *Elektron pullar* – elektron informasiya sistemləri vasitəsilə müştərilər və banklar arasında nağdsız hesablaşmalarda kağız pulları, çekləri və digər pul sənədlərini əvəz edən ödəniş informasiyasının maqnit daşıyıcılarıdır. Elektron pulların fenomeni onların keyfiyyət cəhətdən dəyişməsindən ibarətdir, onlar real maddi substansiyanı tamamilə itirirlər. Pul vəsaitlərinin dematerializasiyası tendensiyasını gücləndirməklə elektron pullar onların müraciətini əhəmiyyətli dərəcədə sürətləndirir, daha şəffaf pul axınlarını həyata keçirir, bank fəaliyyətinin təhlükəsizliyinin yüksəldilməsinə kömək edir, ictimai xərclərə qənaət edir ki, bu da ölkənin iqtisadi inkişafına müsbət təsir göstərir [23, səh. 290-296].

XII FƏSİL

TƏLƏB, TƏKLİF, QİYMƏT, BAZAR TARAZLIĞI VƏ ELASTİKLİK: MAHİYYƏTİ VƏ MƏZMUNU

12.1. Tələb anlayışı və tələbin miqdarı. Tələb qanunu. Tələb xətti

Alıcılar nemətlərə görə müəyyən *tələb* təqdim edirlər.

Tələb (demand) - nemətin qiymətindən asılı olaraq onun bu və ya digər miqdarını əldə etməyə hazırlıqdır. Tələb dedikdə, ödəniş qabiliyyətli tələbat, yəni pulla təmin olunan tələbat başa düşülür. Alıcıların tələbi bir çox amillərdən asılıdır: təqdim olunan məhsulun qiyməti, alıcının gəlirləri, alıcının üstünlükləri, alıcının zövqləri, alıcıların sayı, digər nemətlərin qiymətləri və s. İstehlakçıların müəyyən bir qiymətə satın almaq istədikləri nemətlərin sayı *tələbin həcmidir* (miqdarı).

Tələbin həcmi, onu müəyyən edən amillərdən asılılığını tələb funksiyası adlanır və aşağıdakı düsturla ifadə olunur:

$Q_d = f(P_a, P_c, P_s, I, T, N, O, E)$; burada:

Q_d - vaxt vahidində mala tələbin həcmi; **P_a** - malın qiyməti; **P_c** - komplementar malların qiyməti; **P_s** - substitut malların qiyməti; **I (income)** - alıcının gəliri; **T (tastes)** - zövqlər və üstünlüklər; **N** - alıcıların sayı; **O** - alıcıların gözləntiləri; **E** - digər amillər.

$Q_d = f(P_a)$ - *tələbin birbaşa funksiyasıdır* – tələbin həcmi-nin məhsulun qiymətindən asılılığını göstərir.

Tələbin qiymət və qeyri-qiymət amilləri fərqləndirilir.

Qiymət amili müəyyən bir məhsulun qiymətidir. Qeyri-qiymət amilləri məhsulun qiyməti istisna olmaqla, digər amillərdir.

Tələb qanunu - digər bərabər şərtlərlə, qiymətlər aşağı düşdükdə tələbin həcmi artır və qiymət artdıqda tələbin həcmi azalır.

Tələbin qiyməti - alıcılar malın müəyyən miqdarına ödənilməsinə razı olduğu maksimum qiymətdir.

Tələbin maksimal qiyməti - tələbin həcmi-nin sifira bərabər olduğu qiymətdir.

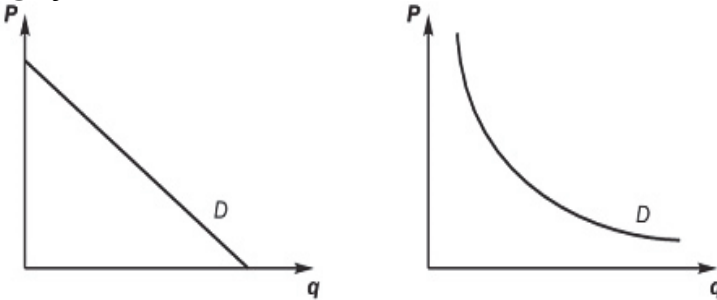
Tələb qanunu üç üsulla təqdim edilə bilər:

- cədvəl;
- qrafik;
- riyazi.

Cədvəl üsulu:

Qiymət (price)	Tələbin həcmi (quantity)
35	0
30	750
25	1400
20	2000
15	2800
10	4100
5	6000
0	6600

Qrafik üsul



Qrafik 12.1.1. Tələbin qrafik təsviri

Üfüqi ox üzrə tələbin həcmi, şaquli ox üzrə malın qiymətinin göstəriciləri qeyd olunur. Hər bir nöqtə müəyyən bir qiymətin və müəyyən bir miqdarın birləşməsidir. Cədvəl əsasında tələb xəttini qurmaq olur.

Tələb ayrısı (xətti)-bu və ya digər qiymətə müəyyən vaxt ərzində malların hansı miqdarda satın alınacağını göstərir. Tələb

xətti mənfi meyilli xətdir, yəni malın qiyməti artdıqda tələbin həcmi azalır. *Tələbin maksimal həcmi* - malın sıfır qiyməti vaxtı tələbin miqdarıdır [46].

Sıfır tələb - malın maksimal qiymətə tələbinin miqdarıdır.

Üfüqi ox üzrə tələbin həcmi, şaquli ox üzrə malın qiymətinin göstəriciləri qeyd olunur. Hər bir nöqtə müəyyən bir qiymətin və müəyyən bir miqdarın birləşməsidir. Cədvəl əsasında tələb xəttini qurmaq olur.

Tələb əyrisi (xətti) - bu və ya digər qiymətə müəyyən vaxt ərzində malların hansı miqdarda satın alınacağını göstərir. Tələb xətti mənfi meyilli xətdir, yəni malın qiyməti artdıqda tələbin həcmi azalır. *Tələbin maksimal həcmi* - malın sıfır qiyməti vaxtı tələbin miqdarıdır [46].

Sıfır tələb - malın maksimal qiymətə tələbinin miqdarıdır.

Riyazi üsul

$$Q_d = a - bP;$$

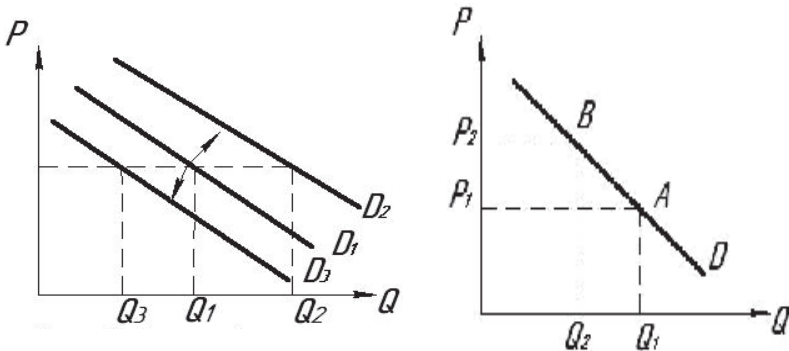
Burada:

Q_d - tələbin həcmi; **a** və **b** - bəzi sabit kəmiyyətlərdir (constantalar); **P** - malın qiyməti.

Tələbin miqdarının dəyişməsinə və tələbin özünün dəyişməsinə fərqləndirmək lazımdır.

Tələbin məbləği yalnız malın qiyməti dəyişdikdə dəyişir. Qrafik olaraq, tələbin həcmnin dəyişməsi tələbin aşağı və ya yuxarı əyri üzrə "hərəkət"ində ifadə edilir. Məsələn, qiymət artımı ilə A nöqtəsindən B nöqtəsinə tələbin həcmi azalır.

Qeyri-qiymətsiz amilləri dəyişdikdə tələb dəyişir. Tələbin dəyişməsi tələbin bütün əyri üzrə hərəkətində, onun sağa və ya sola yerdəyişməsində ifadə olunur. Tələb xətti sağa dəyişdikdə tələb artır (şəkildə D1 xətti D2 xəttinə qədər keçir), sola dəyişdikdə tələb azalır (şəkildə D1 xətti D3 xəttinə qədər keçir). Məsələn, gəlirlər artırsa, eyni qiymətlərlə tələbin miqdarı artır. Bu halda, tələb əyrisinin sağa - yuxarıya doğru dəyişməsi baş verir. Məsələn, siqaret çəkməyə görə dəb artırsa, siqaretə tələb artır. Tələb əyrisi sağa - yuxarıya doğru hərəkət edir.



Qrafik 12.1.2. Tələbin və tələbin həcmninin dəyişməsi

12.2. Təklif anlayışı və təklifin miqdarı.

Təklif qanunu. Təklif xətti

Təklif (supply) – istehsalçılar tərəfindən nemətin qiymətindən asılı olaraq onu müəyyən miqdarda təklif etməyə hazır olmasıdır.

Təklifin həcmi, onu müəyyən edən amillərdən asılılığı təklifin funksiyasıdır və aşağıdakı düstur ilə ifadə olunur:

$$Q_s = f(P_a, C, K, T, X, N, E);$$

Burada:

Q_s - malın təklifinin həcmi; **P_a** - bu məhsulun qiyməti;

C - resursların qiyməti (məsrəflər); **K** - tətbiq olunan texnologiyanın xarakteri; **T** - vergilər; **X** - təbii şərait; **N** - bu məhsulun satıcılarının sayı; **E** - digər amillər. **$Q_s = f(P_a)$** - *təklifin birbaşa funksiyası* - təklifin miqdarının malın qiymətindən asılılığını göstərir.

Təklifin qiymət və qeyri - qiymət amilləri fərqləndirilir.

Qiymət amili müəyyən bir məhsulun qiymətidir [47]. Qeyri - qiymət amilləri bu məhsulun qiyməti istisna olmaqla, digər amillərdir.

Təklifin qeyri-qiymət amillərinin soruşulmadığını və dəyişməyəcəyini fərz edək. Məhsulun qiymətindən asılı olaraq təklifin

necə dəyişdiyinə baxaq.

Satıcıların müəyyən bir qiymətə satmağa hazır olduqları nemətlərin sayına təklifin həcmi (miqdarı) deyilir.

Təklif qanunu - digər bərabər şərtlərlə, qiymət nə qədər yüksəkdirsə, malların təklifinin miqdarı o qədər yüksək; qiymət nə qədər aşağıdırsa, təklifin miqdarı aşağı olacaq.

Təklif qiyməti - satıcının malın müəyyən miqdarda satışına razı olduğu minimal qiymətdir.

Təklif qanunu üç üsulla təqdim edilə bilər:

- cədvəl;
- qrafik;
- riyazi.

Cədvəl üsulu:

Qiymət (price)	Təklifin həcmi (quantity)
35	4650
30	4500
25	4100
20	3600
15	2800
10	2000
7	1000
5	200
3	0

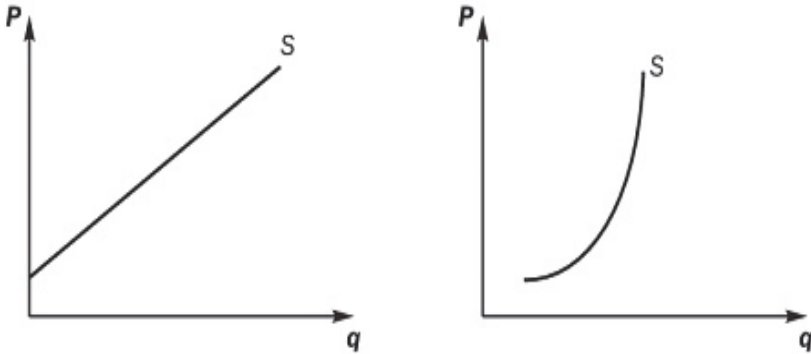
Qrafik üsul:

Cədvəl əsasında qiymət və təklifin həcminə uyğun olan nöqtələri müəyyən etmək olar. Nəticədə, *təklif əyrisi* adlanan bir əyri əldə edəcəyik. Təklif əyrisi digər bərabər qiymətlərdə istehsalçılar tərəfindən bazara nemətlərin hansı miqdarda gətiriləcəyini göstərir.

Təklif əyrisi müsbət meyillidir - soldan sağa artır. Yəni qiymətin artması təklifin artmasına səbəb olur.

Təklif sonsuza qədər artırıla bilməz. Kifayət qədər yüksək

qiymətlərlə bütün istehsalçılar bazara çıxarılacaq və onlar qadir olduqları maksimum miqdarda məhsulu istehsal edəcəklər. Beləliklə, nemətin istehsalçılarının bu miqdarı ilə müəyyən edilmiş müddət ərzində bazarda yarana biləcək nemət təklifinin maksimal həcmi mövcuddur.



Qrafik 12.2.1. Təklifin qrafik təsviri

Həmçinin, *təklifin minimum həcmi* və *sıfır həcmi* də mövcuddur: qiymət bir səviyyədən aşağı düşdükdə, sonuncu satıcı malların istehsalından imtina edəcək və təklifin həcmi sıfıra düşəcək. Bu qiymət – *minimum təklif qiyməti* adlanır.

Riyazi üsul (təklifin xətti funksiyası):

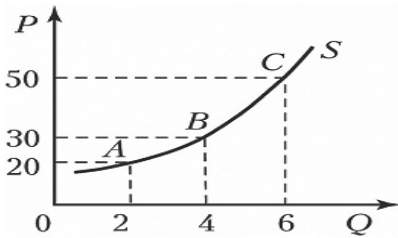
$Q_s = c + dP$; burada:

Q_s -təklifin miqdarı; c və d - bəzi sabit kəmiyyətlərdir (constantalar); P - malın qiyməti.

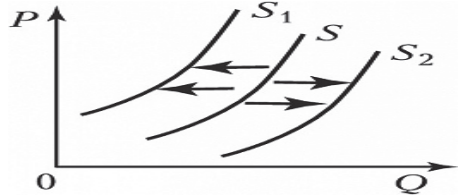
Təklifin özünün dəyişikliyi və təklifin miqdar dəyişməsinə ayırmaq lazımdır. Təklifin məbləği yalnız malın qiyməti dəyişdikdə dəyişir. Qrafik olaraq, təklifin miqdarının dəyişiklikləri təklif əyrisinin aşağı və ya yuxarı ilə "hərəkət"lə ifadə edilir. Məsələn, A nöqtəsindən B nöqtəsinə qiymət artımı ilə tələbin həcmi artır.

Qiymətsiz amillər dəyişdikdə təkliflər dəyişir (məsələn, bazarda satıcıların sayı artır və ya resursların qiymətləri artır). Təklifin dəyişməsi, təklif əyrisinin "hərəkət"ində, sağa və ya sola keçiddə ifadə edilir. Təklifin xətti sağa dəyişdikdə təklif artır

(şəkində S xətti S_2 xəttinə qədər hərəkət edir), sola dəyişdikdə təklif azalır (şəkində S xətti S_1 xəttinə qədər hərəkət edir).



Qrafik 12.2.2.
Təklif qrafiki



Qrafik 12.2.3.
Təklifin dəyişməsi qrafiki

12.3. Bazar tarazlığı. Məhsulun tarazlaşdırılmış qiyməti və tarazlaşdırılmış həcmi. Tarazlıqda dəyişiklik

Bazarda tarazlıq elə bir vəziyyətdir ki, satıcılar satış üçün alıcıların əldə etməyə qərar verdikləri nemətlərin eyni miqdarını təklif edirlər (bazar tələbinin həcmi bazar təklifinin həcminə bərabərdir).

Bazar tələbi – məhsulun müəyyən qiyməti ilə bazarda bütün istehlakçıların tələbidir. Alıcıların fərdi tələblərinin cəmlənməsi yolu ilə müəyyən edilir.

Bazar təklifi – bazarda bütün istehsalçıların müəyyən məhsulun qiyməti ilə bu məhsula təklifidir.

Bazar təklifi istehsalçıların fərdi təkliflərinin cəmlənməsi yolu ilə müəyyən edilir.

Bazar tələbinin həcmi bazar təklifinin həcminə bərabər olan qiymət tarazlıq qiyməti adlanır, bu qiymətdə tələb və təklifin həcmi məhsulun tarazlıq həcmi adlanır [48].

Bazar tarazlığını müəyyənləşdirmək üçün üç üsul mövcuddur:

Əgər tələb və təklif funksiyaları **cədvəlin** köməyi ilə ifadə edilibsə, onda tələb və təklifin həcminin üst-üstə gələn sütunların göstəricilərinin qiymətini tapmaq lazımdır. Beləliklə, 15 manat

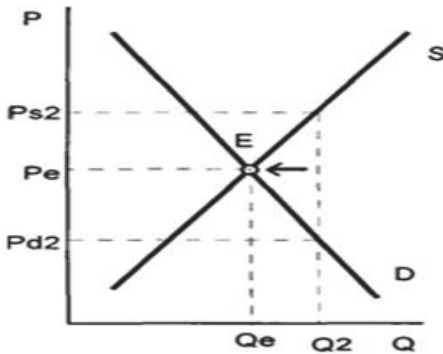
qiymət göstəricisində tələbin həcmi təklifin həcminə bərabərdir. 20 manat qiymətində, təklifin həcmi tələb miqdarından ($3600 > 2000$) çoxdur - bu artıq məhsul artıqlığı (təklifin artıqlığı) adlanır; 10 manat qiymətdə, əksinə, tələbin miqdarı təklifin miqdarından çoxdur ($2000 < 4150$) - bu məhsulun çatışmazlığı (təklifin çatışmazlığı) adlanır.

Qiymət	35	30	25	20	15	10	7	5	3
Tələbin həcmi	0	750	1400	2000	2800	4150	5500	6000	6300
Təklifin həcmi	4650	4500	4100	3600	2800	2000	1000	200	0

Cədvəl 12.3.1. Bazar tarazlığının müəyyən edilməsi

Qrafik üsul:

Tələb (D) və təklif (S) əyriləri bir-biri ilə A nöqtəsində kəsişirlər. Bu nöqtəni bazarda qiymət və miqdarın (həcm) bərabər göstəriciləri kimi xarakterizə etmək olar. Tələb və təklif əyrilərinin kəsişmə nöqtəsi **tarazlıq nöqtəsi** adlanır.



Şəkil 12.3.2. Bazarda tələb və təklif tarazlığı

Tələb və təklifin xətti funksiyalarının köməyi ilə:

Tarazlığı müəyyən etmək üçün bazar tələbinin funksiyasını bazar təklifinin funksiyasına bərabərləşdirmək lazımdır. İstehlakçıların və istehsalçıların qazanclarının (artıqlarının) məbləği ticarət

tin ictimai faydasıdır.

İstehlakçı artıqlığı - istehlakçılar, tarazlıq qiyməti tələbin qiymətindən aşağı olduqda, əlavə fayda əldə edəcəklər.

İstehsalçı artıqlığı - istehsalçılar, tarazlıq qiyməti təklifin qiymətindən yuxarı olduqda, əlavə fayda əldə edəcəklər.

12.4. Tələbin qiymət elastikliyi. Tələbin elastiklik əmsalı. Tələbin qiymət elastikliyinə növləri

Alıcıların qiymət dəyişikliyinə qarşı həssaslığını *tələbin qiymət elastikliyi* ölçür. Tələbin qiymət elastikliyi malların qiymətinin bir faiz dəyişməsi zamanı tələbin həcmninə neçə faiz dəyişəcəyini göstərir.

Tələbin qiymət elastikliyi *elastiklik əmsalının* köməyi ilə ölçülür.

Onu aşağıdakı düsturla müəyyən etmək olur:

$$E_q = \Delta Q_d / \Delta P;$$

Burada:

Ed - tələbin elastiklik əmsalı; **ΔQ_d** - tələbin həcmninə dəyişməsi; **ΔP** - qiymətin dəyişməsi.

Əgər tələbin dəyişmə faizi qiymət dəyişikliyinə faizindən çoxdursa, bu, elastik tələbdir (və ya elastik tələbli əmtəədir) - **Ed > 1**.

Tələb miqdarının dəyişməsi faizi qiymət dəyişikliyinə faizindən azdırsa, tələb qeyri-elastikdir - **Ed < 1**.

Mütənasib (eyni) dəyişikliklər tələbin vahid elastikliyini (yəni tələbin həcmninə dəyişməsi tələbin qiymət dəyişməsinə bərabərdir) xarakterizə edir - **Ed = 1**.

Qiymət dəyişikliyi tələbin dəyişməsinə gətirib çıxarmırsa, bu tamamilə qeyri-elastik tələbdir - **Ed = 0**.

Tələbin dəyişməsi malların qiymətinə dəyişməsinə gətirib çıxarmırsa, bu tamamilə elastik tələbdir - **Ed = ∞**.

Elastik tələb olunan mallara, adətən, aşağıdakılar aiddir:

- dəbdəbə əşyaları (şampan şərəbləri, zərgərlik əşyaları, delikateslər);

- dəyəri ailə büdcəsinə təsir edən mallar (mebel, televizor);
- asanlıqla əvəz olunan mallar (ətin, meyvələrin ayrı- ayrı növləri).

Qeyri-elastik tələb olunan mallara aşağıdakılar aiddir:

- həyat üçün zəruri mallar (dərman, ayaqqabı, elektrik malları);

- dəyəri ailə büdcəsi üçün əhəmiyyətsiz olan mallar (qələm, diş fırçası);

- çətin əvəz olunan mallar (elektrik lampaları, benzin, maraqlı konsertə bilet).

Qiymətin tələb elastikliyinə müəyyən edən əsas amillər arasında aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

- bazarda əvəz olunan malların mövcudluğu və əlçatanlığı (malların daha çox əvəzedicisi mövcuddursa, tələb daha elastikdir);

- vaxt amili (istehlakçı qiymət dəyişikliyinə reaksiya vermək üçün daha çox vaxtı varsa, tələb daha elastikdir);

- istehlakçı büdcəsində əmtəə xərclərinin payı (istehlakçının gəlirində əmtəə xərclərinin səviyyəsi nə qədər yüksəkdirsə, tələb daha elastikdir);

- istehlakçını maraqlandıran əmtəə ilə bazarın "doyma" dərəcəsi (alıcını maraqlandıran əmtəə ilə bazarın "doyma" dərəcəsi nə qədər çoxdursa, tələb daha elastik olacaq);

- verilən əmtəədən istifadə imkanlarının müxtəlifliyi (əmtəənin istifadə sahəsi nə qədər çoxdursa, ona tələbat daha elastik olacaq);

- istehlakçı üçün əmtəənin əhəmiyyəti (əgər məhsul gündəlik həyatda vacibdirsə (diş məcunu, sabun, bərbərxana xidmətləri), onda ona tələbat qeyri-elastik olacaq. İstehlakçıya əhəmiyyətli olmayan və alınması təxirə salına bilən mallar daha çox elastiklik ilə xarakterizə olunur [48].

12.5. Tələbin elastikliyi, qiymət dəyişikliyi və satıcının ümumi gəlirləri arasında əlaqə

Tələb xətti ilə aşağı hərəkət edərkən, qiymət azalır, tələb isə artır, yəni tələbin elastikliyi azalır.

Tələbin elastikliyi, malların qiymətinin və satıcının gəlirlərinin dəyişməsi arasında müəyyən əlaqələr var:

- elastik tələb zamanı qiymətin azalması firmanın gəlirlərini artırır; qiymət artımı gəlirləri azaldır, yəni firmaya qiyməti azaltmaq sərfəlidir;

- qeyri-elastik tələb olduqda, qiymət azalması firmanın gəlirlərini azaldır, qiymət artımı gəlirləri artırır, yəni firmaya qiyməti artırmaq sərfəlidir;

- elastiklik 1 (birə) bərabər olan tələb olduqda, ümumi gəlir maksimuma çatır. Qiymət dəyişikliyi ümumi gəlir dəyişikliyinə gətirib çıxarmır.

Beləliklə, elastik tələb zamanı firmaya qiymətləri azaltmaq sərf edir, burada qiymət artımı sərfəli deyil. Qeyri-elastik tələb zamanı əksinə, qiymətləri artırmaq sərf edir, onları azaltmaq sərfəli deyil [48].

12.6. Tələbin çarpaz elastikliyi. Gəlirə görə tələbin elastikliyi

Qiymət üzrə tələbin çarpaz elastikliyi bir əmtəyə tələbin həcmnin digərinin qiyməti dəyişdikdə nisbi dəyişməsinə səciyyələndirir.

Qiymət üzrə tələbin çarpaz elastiklik əmsalı bir əmtəyə olan tələbin nisbi dəyişməsinin digər əmtəənin qiymətinin nisbi dəyişməsinə olan nisbəti hesab edilir. Deyilənləri aşağıdakı düsturla təsvir etmək olar:

$$E_{xy}^d = (\Delta Q_x : Q_x) / (\Delta P_y : P_y) = (\Delta Q_x : \Delta P_y) / (P_y : Q_x);$$

Burada:

d - tələb; **Q** - alınan əmtəənin miqdarı (həcmi); **P** - əmtəənin qiyməti.

Tələbin çarpaz elastikliyinin düsturu X əmtəənin tələbinin dəyişmə dərəcəsinə cavab olaraq Y əmtəənin qiymətinin dəyişməsinə göstərir.

Çarpaz elastiklik əmsalı müsbət, mənfı və sıfır ola bilər.

Əgər $E_{xy}^d > 0$, X və Y malları *əvəz edilə bilən mallar* adlanır, Y malların qiymətinin artması.

X məhsullara olan tələbin artmasına gətirib çıxarır (məsələn, müxtəlif növ yanacaq).

Əgər $E_{xy}^d < 0$, onda X və Y mallarını *bir - birini tamamlayan* mallar adlandırılır, Y malların qiymətinin artması X mallarına tələbin azalmasına gətirib çıxarır (məsələn, avtomobil və benzin).

Əgər $E_{xy}^d = 0$ olarsa, bu cür *mallar müstəqil adlanır*, bir məhsulun qiymətinin artması digərinin (məsələn, çörək və sement) tələbinin həcminə təsir göstərmir.

Gəlir üzrə tələbin elastikliyi istehlakçının gəlirinin dəyişməsi nəticəsində hər hansı məhsula tələbin nisbi dəyişməsinə xarakterizə edir:

$$E^d_i = (\Delta Q_x : Q_x) / (\Delta \dot{I} : \dot{I}) = (\Delta Q_x : \Delta \dot{I}) / (\dot{I} : Q_x);$$

Burada: d - tələbin yuxarı göstərici indeksidir; Q_x - alınan X əmtəənin miqdarı (həcmi); \dot{I} - istehlakçının gəliri.

Əgər $E^d_i < 0$, mal aşağı keyfiyyətlidir, gəlir artımı bu məhsula olan tələbin azalması ilə müşayiət olunur.

Əgər $E^d_i > 0$, məhsul normal adlandırılır, gəlirin artması ilə bu məhsula tələb da artır.

Normal mallar arasında üç qrup fərqlənə bilər:

- "Birinci dərəcəli" vacibliyi olan mallar - bu mallarda gəlir tələbi üstələyir ($0 < E^d_i < 1$);

- Dəbdəbə əşyaları - bu mallarda tələb gəliri üstələyir ($E^d_i > 1$);

- "İkinci dərəcəli" vacibliyi olan mallar - tələb və gəlirlər eyni dərəcədə artır ($E^d_i = 1$) [48].

12.7. Təklifin qiymət elastikliyi. Təklifin qiymət elastikliyi əmsalı. Təklifin qiymət elastikliyinin növləri

Təklifin qiymət elastikliyi dedikdə, məhsulun qiymətinin dəyişməsinə dair təklifin həssaslığının dərəcəsi başa düşülür. Təklifin qiymət elastikliyi elastiklik əmsalının köməyi ilə ölçülür.

Bu əmsalı aşağıdakı düstur ilə təsvir etmək olar:

$$E_p^s = (\Delta Q_x : Q_x) / (\Delta P : P) = (\Delta Q_x : \Delta P) / (P : Q_x);$$

Burada:

S - təklifin yuxarı göstərici indeksidir; **Q_x** - təklif olunan X malın miqdarı (həcmi); **P** - malın qiyməti.

Əgər $E_p^s < 1$, yəni qiymətin faiz dəyişməsi təklifin həcmi-nin faiz dəyişməsindən daha çox olduqda *təklif qeyri – elastikdir*.

Əgər $E_p^s > 1$, yəni qiymətin faiz dəyişməsi təklifin həcmi-nin faiz dəyişməsindən daha az olduğu halda *təklif elastikdir*.

Əgər $E_p^s = 1$, yəni qiymətin faiz dəyişməsi təklifin həcmi-nin faiz dəyişməsinə bərabərdir.

Əgər $E_p^s = 0$, yəni malların qiymətinin hər hansı bir dəyiş-məsi təklifin həcmi-nin dəyişməsinə gətirib çıxarmazsa, *təklif tama-milə qeyri - elastik* sayılır.

Əgər $E_p^s = \infty$, yəni təklifin həcmi-nin istənilən dəyişməsi halında malların qiyməti dəyişmirsə, *təklif tamamilə elastikdir*.

Təklifin qiymət üzrə elastikliyi bir sıra amillərlə müəy-yən edilir, ən əsasları aşağıdakılardır:

- malın uzun müddət saxlanması imkanı nə qədər çox və onun saxlanma xərcləri nə qədər aşağıdırsa, təkliflərə elastiklik bir o qədər yüksək olacaq.

- əgər istehsal texnologiyası istehsalçıya məhsulun bazar qiymətinin qalxması halında buraxılış həcmələrini sürətlə artırmağa və ya bazar konyukturasının pisləşməsi, malın qiymətinin aşağı düşməsi halında hər hansı digər məhsulun istehsalına yenidən istiqamətlənməyə icazə verirsə, məhsulun təklifi elastik olacaq.

- təklifin elastiklik dərəcəsi vaxt amilindən asılıdır: istehsalçı-nın qiymət dəyişiklikləri ilə bağlı yeni bazar şəraitinə "uyğunlaşma-ğa" nə qədər çox vaxtı olarsa, təkliflər bir o qədər elastik olacaq [48].

XIII FƏSİL

BAZAR İQTİSADİYYATI SİSTEMİNDƏ İSTEHLAKÇI VƏ İSTEHSALÇI DAVRANIŞI. FAYDALILIQ NƏZƏRİYYƏSİ

13.1. İstehlakçı davranışı: funksional və qeyri-funksional tələb

İstehlakçı davranışının təhlili zamanı, adətən, tələbin iki xüsusi növü fərqlənir: *funksional* və *qeyri-funksional*.

İstehlakçı davranışı istehlakçıların müxtəlif mal və xidmətlərə olan tələbatının formalaşdırılması kimi çıxış edir.

Funksional tələb nemətə xas olan istehlak keyfiyyətləri və nemətlərin əldə edilməsi prosesində insanların spesifik hərəkətləri ilə şərtlənir. Funksional tələb:

- istehlakçının gəlir səviyyəsindən asılıdır;
- mövcud pul vəsaitləri ilə məcmu faydalılığı maksimuma çatdırır;
- üstünlüklər, zövqlər və dəbə münasibət sistemlərindən asılıdır;
- bazarlarda bir-birini əvəz edən və ya bir-birini tamamlayan malların olub-olmaması nəticəsində formalaşır.

Qeyri-funksional tələb istehlakçının xarici təsirlərdən irəli gələn hər hansı digər amillərin təsiri altında yaranır. Belə amillər aşağıdakılardır:

- *əksəriyyətə qoşulma effekti*. İnsanların "başqalarından daha pis deyil" olma arzusu. Eyni zamanda, malları istehlakçıların ətrafında olan insanlar alanda həmin mallara tələb artır;

- *"snob" effekti*, istehlakçının ümumi kütlədən ayrılmaq, sosial vəziyyətini vurğulamaq arzusu. Bu halda, qiyməti qalxan mallara tələb artır;

- *"nümayiş effekti"* - alıcının istehlakı prestijlə müəyyən edilir. Əlavə tələb "elitar malların" alınması hesabına formalaşır;

- *"qeyri-rasional tələb"* - malların alışı ani şıltaqlıqların və arzuların təsiri altında həyata keçirilir;

- *"spekulyativ tələb"* - müxtəlif malların çatışmazlığı şəraitin-

də geniş istifadə olunur.

Bildiyimiz kimi, tələb əyrisi mənfi meyllidir. Bu cür asılılığı əsaslandırmaq üçün tələb qanunu istifadə olunur: qiymət nə qədər yüksəkdirsə, nemətlərin sayı istehlakçı tərəfindən əldə edilə bilər. İndi biz bu asılılığı daha diqqətlə nəzərdən keçirməliyik. Sağlam düşüncə ilə yanaşı, tələb əyrisinin mənfi meyli aşağıdakılarla izah olunur:

- azalan son hədd faydalılıq qanununun təsiri ilə;
- istehlak məqsədləri, seçim variantları və xüsusiyyətlərinin məhdud birləşməsinin optimallaşdırılması;
- gəlir və əvəz etmə effektlərinin hərəkəti [49].

13.2. Faydalılıq və faydalılığın qiymətləndirilməsinə kardinalist və ordinalist yanaşmalar

Faydalılıq – istehlakçıya nemət gətirən məmnuniyyətdir. İqtisadçılar mal və xidmətlərin seçilməsini həyata keçirərkən istehlakçılar tərəfindən həyata keçirilən məqsədi nəzərdə tuturlarsa, "faydalılıq" terminindən istifadə edirlər. Özü üçün bu və ya digər nemətin faydalılığının dərəcəsini müəyyən edən istehlakçı ona həmin nemətin istehlakından gələn faydanın miqdarını qiymətləndirir. Bunun üçün hər bir istehlakçı çox vaxt şüursuz, elə bir şkala qurur ki, bu zaman o, müxtəlif nemətlərdən fayda götürməsinə qiymətləndirir. Faydalılığın qiymətləndirilməsi subyektiv və obyektiv hallardan asılıdır. Fərd səviyyəsində o subyektivdir və onun şəxsi keyfiyyətlərindən və nemətin istehlak şərtlərindən asılıdır. Şəxsi keyfiyyətlər şəxsiyyətin fiziologiyası və psixotipi ilə müəyyən edilir. Məsələn, poçt markasının filatelist tərəfindən faydalılığının qiymətləndirilməsi insanların əksəriyyəti tərəfindən eyni markanın faydalılığının qiymətləndirilməsindən daha yüksək olacaq. İstehlak halları o zaman özünü göstərir ki, eyni fərd həyat vəziyyətlərindən asılı olaraq öz üstünlüklərini dəyişir. Səhradakı adi suyun gündəlik həyatdan daha çox faydalılığı var.

Kəmiyyət (kardinalist) yanaşması

Bu yanaşmanın nümayəndələri ingilis iqtisadçısı, statistikaçı U. S. Cevons (1835-1882) və fransız iqtisadçısı Valras (1834-1910)

faydalılığın iki növünü seçiblər:

- abstrakt faydalılıq, hər hansı bir tələbatı təmin etmək üçün nemətin bacarığı;

- konkret faydalılıq, konkret nemətin faydalılığının subyektiv qiymətləndirilməsi.

Bu yanaşmanı inkişaf etdirən XIX əsrin iqtisadçıları hesab edirdilər ki, məmnunluğu $U = U(\mathbf{X}, \mathbf{Y})$ funksiyasının köməyi ilə ədədi (kəmiyyət) mənanı aid etmək olar və bu göstərici "yutil" şərti vahidində (ingiliscə utility-faydalılıq) ölçülə bilər.

Sırası (ordinalist) yanaşma

Ordinalistlər nemətlərin müqayisə edilməsi yolu ilə faydalılığın ölçülməsinin tərəfdarı italyan iqtisadçısı, elit nəzəriyyəsinin banisi V.Pareto (1848-1923) və amerikalı alim İ.Fişer idi. Bu elmi istiqamət XX əsrdə inkişaf etmişdi və aşağıdakı məsələləri nəzərdə tutur:

- *üstünlüklərin tam ardıcılığa salınmış aksiomu əsasında.* Əgər A məhsul dəsti verilirsə, onda hər hansı digər B məhsul dəsti: ya A-dan yaxşı, pis və ya bərabər (laqeyd) olacaq, yəni istehlakçı istənilən əmtəə dəstlərini müqayisə edə bilər;

- *tranzitivlik aksiomu.* Üstünlükləri tranzitivdir: əgər $A > B$, $B > C$, deməli $A > C$;

- *"doymamaq" aksiomu.* Üstünlük hər hansı bir malın daha çox sayda olmasına verilir.

Beləliklə, faydalılığın sırası nəzəriyyəsi təsdiq edir ki, əsas məsələ - fərdin üstünlükləridir, faydalılığın kəmiyyətə ölçülməsi (faydalılıq funksiyası) bu üstünlüyün təsvir edilməsinin yalnız üsuludur [50].

13.3. Ümumi və son hədd faydalılığı

Nemətin ümumi (məcmu) faydalılığı, bu nemətin fərdə faydalılığının ölçətan hissələrinin cəmidir.

İnsanların tələbatları müxtəlif nemətlərlə təmin edilir, onların məcmusu isə nemətlər dəsti yaradır. Nemətlərin istehlakı prosesində ümumi və son hədd faydalılığı fərqlənir. Aralarındakı fərqin

nə olduğunu öyrənmək üçün nümunəni su ilə nəzərdən keçirək. Əgər fərd güclü susuzluq hiss edirsə, onda o ilk su stəkanının faydalılığını ən yüksək qiymətləndirəcək. Beləliklə, fərdin suyun bütün stəkanlarının istehlakından əldə etdiyi faydalılıq ümumi faydalılıqdır, stəkanların birinci, ikinci, üçüncü və s. əldə etdiyi faydalılıq isə son hədd faydalılığıdır.

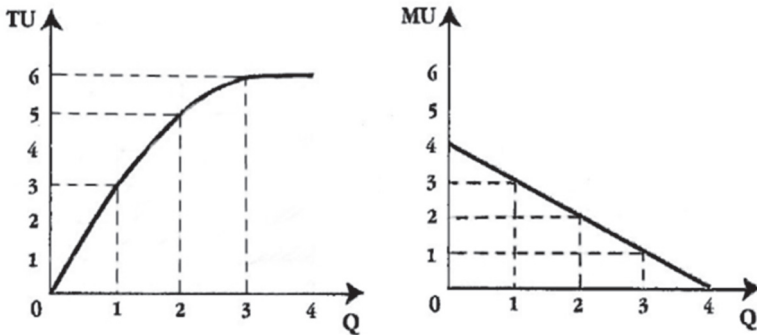
Nemətin son hədd faydalılığı – bu nemətin əlavə vahidinin istehlakı nəticəsində əldə edilən ümumi faydalılığın artımıdır.

Son hədd faydalılığı aşağıdakı kimi hesablanır və sonrakı ümumi faydalılıq göstəricisindən əvvəlki göstərici çıxılır:

$$MU = (TU_n - TU_{n-1}) / (Q_n - Q_{n-1});$$

Burada: MU - nemətin n -ci hissəsinin son faydalılığı; TU_n - nemətin n hissələrinin ümumi faydalılığı; TU_{n-1} - nemətin $(n - 1)$ hissələrinin ümumi faydalılığı; Q_n və Q_{n-1} - nemətlərin hissələrinin sayı: müvafiq olaraq sonrakı və əvvəlki; n - sıra sayı [51].

Əgər kəmiyyət yanaşmasından istifadə etsək, onda içilmiş suyun ümumi və son hədd faydalılığını qrafik olaraq aşağıdakı şəkildə təsvir etmək olar.



Qrafik 13.3.1. *Suyun istehlakının ümumi və son hədd faydalılığı*

13.4. Azalan son hədd faydalılığı qanunu

Şəxsi istehlak prosesində azalan son hədd faydalılığı qanunu fəaliyyət göstərir. Alman (Prussiya) iqtisadçısı Q.Qossen (1810-1858) bu qanunu belə ifadə etmişdir (Qossenin 1-ci qanunu): əgər biz nemətlərdən fasiləsiz istifadə etməyə davam ediriksə, eyni

nemətlə təminat dərəcəsi tədricən azalır, belə ki, nəhayət, doyma baş verir.

Azalan son hədd faydalılığı qanunu: nemətin hər bir sonrakı (son hədd) porsiyası fərd nöqtəyi-nəzərindən daha az faydalıdır. Bu qanuna əsasən, hər bir nemətin dəyəri son dərəcə faydalı, yəni "son nüsxə" nin subyektiv faydalılığı ilə müəyyən edilir. Bizim nümunəmizdə suyun son (yeddiinci) stəkanının faydalılığıdır, hansı ki, istehlakçı üçün şirin suyun faydalılığının qiymətləndirilməsini müəyyən edəcək. Son hədd faydalılıq və buna görə də nemətin dəyəri nemətin "ehtiyat" (nağd və ya əlçatan miqdarı) və ona olan tələbatdan asılıdır. Tələbat dəyişməz olduqda ehtiyat artırılarsa, onda əşyanın son hədd faydalılığı azalır. Ehtiyat azaldıqda, son hədd faydalılığı və dəyər artır. Bütün bunlar məhsulun bazar qiyməti göstəricisinə təsir edir, hansı ki, onun son hədd faydalılığından birbaşa asılıdır. Məhz bu hal "dəyər paradoksu"nu şərtləndirir: insanlara həyati vacib olan təzə su ucuz, praktiki olaraq faydasız brilyantlar isə baha başa gəlir [51].

13.5. İstehlakçı tarazlığı

Son hədd faydalılığın azalması prinsipi istehlakçının tələb etdiyi nemətlərin kəmiyyət və keyfiyyət nisbətinin təhlilinə əsaslanır, yəni istehlak seçimini həyata keçirir. Eyni zamanda bir çox nemətləri istehlak etməklə, hər bir fərd özü üçün elə bir dəst əldə edir ki, bu da hər bir nemətin son hədd faydalılığı ona bərabər olsun və ya eyni məmnunluq gətirsin. İstehlakçının məqsədi bazarda əldə etdiyi nemətlərdən maksimum faydalılıq əldə etməkdir. Faydalılığın maksimallaşdırılması o zaman əldə edilir ki, nemətin onun qiymətinə son hədd faydalılıq münasibəti alıcı tərəfindən alınan dəstdən gələn bütün nemətlərdə eyni olsun:

$$MU_1 / P_1 = MU_2 / P_2 = \dots = MU_i / P_i;$$

Burada:

MU_1, MU_2 və MU_i - 1-ci, 2-ci və i -ci nemətlərin son hədd faydalılığıdır; P_1, P_2 və P_i - 1-ci, 2-ci və i -ci nemətlərin qiymətidir.

Bu bərabərlik, adətən, istehlakçı tarazlığı (Qossenin 2-ci qanunu) adlanır.

İstehlakçının tarazlığı müxtəlif nemətlərin qiymətlərinə olan son hədd faydalılığı bərabərliyidir [51].

13.5.1. İstehlakçı optimumu

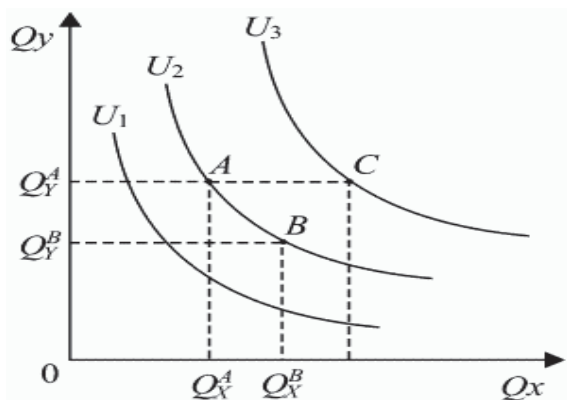
Əvvəllər nəzərdən keçirilmiş su ilə bağlı vəziyyət istehlak seçiminin tipik nümunəsi deyil, çünki burada alternativlər (iki və ya daha çox nemətlərin seçilməsi) və məhdudiyyətlər (məhdud büdcə) kimi elementlər çatışmır.

Suya alternativ əlavə edək (kökə) və məhdudiyyətlər tətbiq edək (büdcə 100 manat). 1 kökənin qiyməti-20 manat, 1 stəkan suyun qiyməti isə 10 manatdır. Bu vəziyyətdə istehlakçı necə davranacaq? Artıq qeyd edildiyi kimi, rəasional istehlakçı həmişə faydalılığı maksimum dərəcədə artırmağa çalışır. Nəticədə, bütün büdcəni yalnız 5 kökəyə sərf edə bilər. Bir vəziyyətdə mümkündür ki, bütün büdcəni istehlakçı suya sərf edəcək, bu halda o maksimum 10 stəkan su alacaq. Fərdə kökə nə qədər xoşuna gəlsə də beşinci kökədən aldığı məmnunluq, birinci kökədən aldığı məmnunluqdan çox ola bilməz. Çox güman ki, o, beşinci kökədən imtina edəcək və bunun əvəzinə iki stəkan su alacaq. Bu halda fərd əldə edilmiş ümumi faydalılığı artıracaq, çünki suyun birinci stəkanları böyük məmnunluq gətirəcək, halbuki beşinci kökə - çox əhəmiyyətsizdir. Kökələrin istehlakı azaldıqca, suyun istehlakı artdıqca, kökələrin son faydalılığı artacaq, suyun son faydalılığı isə azalacaq. Müəyyən vaxt məqamında fərd elə bir vəziyyətə gələcək ki, o, ümumi faydalılığı bundan sonra da artırma bilməyəcək, məhdud büdcə çərçivəsində bir nemətə və digərinə daha az xərcləyərək istehlakçı optimumu nöqtəsinə çatacaqdır.

İstehlakçının optimumu - təklif olunan büdcə çərçivəsində nemət dəstinin istehlakından faydalılığı maksimuma çatdırmaqdır. Bunu nümunə ilə təsvir edirik. Bizə laqeydlik əyrisi (izokvanta) və büdcə xətti (izokosta) lazımdır.

Laqeydlik əyrisi. Əvəzətmənin son hədd norması

Laqeydlik əyrisi – bərabər faydaya malik olan nemət dəstlərinin bütün mümkün birləşmələrini göstərən bir əyridir. "Laqeydlik əyrisi" anlayışını ilk dəfə F.Edjuort tərəfindən elmə daxil edilmişdir. Bu əyri açıq-aydın istehlakçıya eyni məmnunluq gətirən, alternativ X və Y nemətlərin bütün mümkün dəstlərini əks etdirir (**qrafik 13.5.1.1**). İstehlakçı üstünlüklərini daha tam formada araşdırmaq üçün laqeydlik xəritəsini qurmaq olar (şəkil), yəni eyni xəttlə və müxtəlif xəttlərlə (U_1, U_2, U_3) xarakterizə olunan bir çox laqeydlik əyriyə. Koordinatların başlanğıcından aralı olan laqeydlik əyriyə dəstləri daha çox faydalılıqla xarakterizə edilir. Laqeydlik xəritəsi, mütləq kəmiyyətə faydalılıq ölçməsinə tələb etmədən istehlakçının üstünlük sistemi haqqında tam məlumat verir.



Qrafik 13.5.1.1. *Laqeydlik əyrisi*

Laqeydlik əyrisinin xüsusiyyətləri:

* **istənilən nöqtədə laqeydlik əyrisinin mütləq əyilmə göstəricisi X nemətin Y neməti ilə əvəzətmənin son hədd norması (MRS - marginal rate of substitution) adlanır.** Əvəzətmənin son hədd norması (MRS) aşağıdakı düstur ilə hesablanır:

$$\mathbf{MRS = - \Delta Y : \Delta X.}$$

Əvəzətmənin son hədd norması - X məhsulu üzrə son faydalılığın Y məhsulu üzrə son faydalılığa olan münasibətidir.

* laqeydlik ayrıləri koordinatın başlanğıcına doğru əyridirlər. Bu, azalan son faydalılıq prinsipindən irəli gəlir ki, istehlakçı nə qədər çox nemətə malikdirsə, o, mübadilə zamanı digər nemətin daha az məbləğini qurban verməyə hazırdır;

* laqeydlik ayrıləri kəsişmir. Əgər kəsişmə baş verirsə, bütün üç aksiom pozulur: tam sıravilik, tranzitivlik və "doyma" aksiomu;

* laqeydlik ayrısının əyilmə istiqaməti istehlakçının fərdi üstünlüklərindən asılı olaraq dəyişə bilər [51].

13.5.2. Bütçə məhdudlaşdırılması

Fərdi seçim istehlakçının alıcılıq qabiliyyətinə təsir edir, bu da bir tərəfdən istehlakçının bütçəsi, digər tərəfdən isə əldə etdiyi malların qiymətlərinin səviyyəsi ilə müəyyən edilir.

Fərz edək ki:

I - alıcının gəliri -100 manatdır;

X - əldə edə biləcəyiniz kökələrin sayıdır;

Y - əldə edə biləcəyiniz suyun miqdarıdır;

P_x - bir kökənin qiymətidir;

P_y - bir stəkan suyun qiymətidir.

Onda:

P_x • X - kökələrin alınmasına sərf edilən pulun məbləğidir;

P_y • Y - suya sərf olunan pul məbləğidir.

Bütçə məhdudlaşdırılması - istehlakçının bir çox bazar imkanlarının yuxarı həddi və ya bütçə xəttidir.

Bu halda, alıcılıq qabiliyyəti aşağıdakı tənliklə ifadə edilə bilər:

$$\mathbf{I} = (\mathbf{P}_x \cdot \mathbf{X}) + (\mathbf{P}_y \cdot \mathbf{Y}).$$

Təqdim etdiyimiz tənlik *bütçə xəttinin tənliyi* adlanır. Həmin tənlikdən: **I/P_x**, **I/P_y** - alıcının ala biləcəyi faktiki kökələrin və suyun maksimum miqdarıdır.

Bütçə xəttinin tənliyini istifadə edərək Y dəyərini tapa bilərik:

$$Y = (I : P_y) - (P_x : P_y) \cdot X;$$

burada P_x/P_y - bütçə xəttinin bucaq əmsəlidir.

Bütçə xətlərinin xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

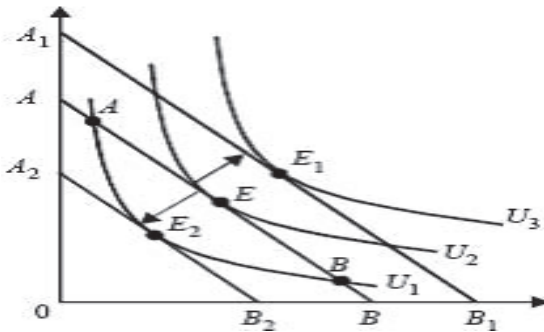
- istehlakçının mövcud gəlirlərinin artmasından və ya azaldılmasından asılı olaraq, bütçə xətləri müvafiq olaraq sağa və ya sola dəyişdirilə bilər;

- bütçə xətləri sabit yerləşdirilən gəlir əldə edilən malların qiymətlərinin dəyişməsindən asılı olaraq əyilmə bucağını dəyişə bilər [51].

13.5.3. İstehlakçı seçimi

Laqeydlik əyrləri və bütçə xətləri vasitəsilə istehlakçının üstünlüklərinin təsviri bütçə məhdudiyyəti zamanı faydalılığı maksimuma çatdırmaq yolu ilə mövcud nemətlərdən ən yaxşı dəsti seçməyə imkan verir. Beləliklə, istehlakçının riyazi seçimi növün optimumunun tapılması məsələsinin həlli kimi müəyyən edilə bilər: $\max U(X, Y)$ zamanı $P_x \cdot X + P_y \cdot Y = I$.

Qrafik olaraq, bu problemin həlli bütçə xəttinin başlanğıcından ən uzaq olan laqeydlik əyrisi koordinatlarına, yəni istehlak optimumunun nöqtəsinə aid olduğu E nöqtəsi ilə təsvir olunacaq [51].



Qrafik 13.5.3.1. İstehlakçı optimumu

13.6. Gəlir effekti və əvəzetmə effekti

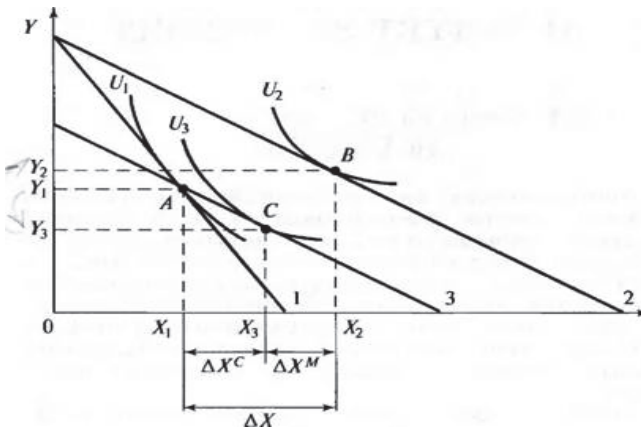
Bəzi iqtisadçı - alimlər nöqtəyi-nəzərindən subyektiv qiymətləndirmələrə əsaslanan bütün faydalılıq konsepsiyası obyektiv ölçülərə yol vermir. Bu baxımdan, tələb qanununun izahı əvəzetmə və gəlir effektləri ilə əsaslandırılı bilər. İlk dəfə olaraq, əvəzetmə və gəlir effektinə qiymətlərin dəyişməsinin ümumi effektinin parçalanması ideyasını rusiyalı iqtisadçı, riyaziyyatçı və statistik E.E.Slutskiy (1880-1948) irəli sürmüşdü. Sonradan bu ideya ingilis iqtisadçısı C. R.Xiksin (1904-1989) əsərlərində də təqdim olundu, lakin başqa nöqtəyi-nəzərdən.

Gəlir effekti qiymətlərin dəyişməsi nəticəsində real gəlirin dəyişməsində özünü göstərir. Gəlir effekti ondan ibarətdir ki, əgər hər hansı bir əmtənin qiyməti azalırsa, onda istehlakçının həmin və ya digər malın əlavə vahidlərini əldə etmək üçün gəlirin bir hissəsi sərbəst buraxılır. Hətta bir məhsulun qiymətinin düşməsi qiymətlərin ümumi səviyyəsinə təsir göstərir və istehlakçıları həqiqətən zənginləşdirir. Əgər malların qiymətləri artarsa, istehlakçı öz nominal sabit gəliri üçün daha az mal əldə edə bilər, yəni real olaraq yoxsullaşır. Əvəzetmə effekti qiymətlərin dəyişməsi nəticəsində istehlakçının əldə etdiyi nemətlər dəstəsinin tərkibinin dəyişməsində özünü göstərir. Əvəzetmə effektinə görə, istehlakçı daha çox məhsul alacaq, onların qiyməti nisbətən aşağı düşüb və digər nisbətən bahalaşmış malları əvəz edəcək. Məsələn, toyuğun qiymətinin azalması bizi mal və ya donuz əti ilə müqayisədə daha çox toyuq əldə etməyə məcbur edəcəkdir. Beləliklə, istehlakçının mal dəstində daha çox toyuq, digər növ mallardan isə daha az olacaq. Əvəzetmə effekti ucuzlaşmış əmtəyə nisbətən istehlakın artmasına səbəb olur, halbuki gəlir effekti həm malın istehlakının artmasına, həm də neytral olmasına təkan verə bilər. Effektlərin təsirini qiymətləndirmək üçün onları kəmiyyət cəhətdən ayırmaq lazımdır. Bu məqsədlə gəlir təsirini istisna etmək lazımdır, yəni qiymətlərin dəyişməsi nəticəsində real gəlirin dəyişmədiyini güman etmək lazımdır [52]. Məhz istehlakçının gəlirlərinin real səviyyəsinin müəyyənəndirilməsi metodu Slutskiy və Xiks yanaşmalarını fərqləndirir.

13.6.1. Slutskiyə görə gəlir və əvəzetmə effektləri

Slutskiyə görə, real gəlir istehlakçının şəxsi pul gəlirləri ilə əldə edə biləcəyi müxtəlif nemətlərin məbləği ilə ölçülür. Gəlir effektinin aradan qaldırılması pul ifadəsində onun elə bir səviyyəsinin müəyyən edilməsi ilə əldə edilir ki, bu da qiymət dəyişikliyinə sonradan dəyişilməzdən əvvəl olduğu kimi, istehlakçıya malların eyni dəstini əldə etmək imkanını verəcəkdir. Slutskinin yanaşması statistik materiallar əsasında kəmiyyət həllərinin verilməsinə imkan verir. Gəlir effektinin fərqləndirilməsini və Slutskiyə görə, əvəzetmə effektini təsvir edək (*qrafik 13.6.1.1*).

Başlanğıcda, istehlakçı optimumunu 1 büdcə xəttinin U_1 izokvantları ilə bir nöqtədə X_1 və Y_1 mal dəstinin kəsişməsi ilə xarakterizə olunur. X malın qiymətinin azaldılması izokostu daha yumşaq edir və 1 mövqeyindən 2 mövqeyinə hərəkət edir. Yeni istehlakçı optimumunu indi X_2 və Y_2 mal dəsti ilə B nöqtəsinə uyğun gəlir. X malın qiymətinin azaldılmasından ümumi effekt (ΔX) gəlir effektinin (ΔX^m) və əvəzetmə effektinin (ΔX^c) cəmidir: $\Delta X = \Delta X^m + \Delta X^c$; və qrafikə görə $\Delta X = X_2 - X_1$ təşkil edəcək.



Qrafik 13.6.1.1. Slutskiyə görə, gəlir və əvəzetmə effektləri

Gəlir və əvəzetmə effektlərini fərqləndirmək üçün aşağıdakı şərtlərə cavab verəcək X və Y mallarının yeni bir dəstini tapmaq lazımdır:

- yeni izokostun əyilmə bucağı dəyişdirilmiş qiymət nisbətini əks etdirməlidir, yəni bu, 2-ci izokosta paralel olmalıdır;

- yeni izokost A nöqtəsindən keçməlidir, yəni yeni büdcə məhdudiyyəti ilə istehlakçı əvvəlki X_1 və Y_1 mallarını almaq imkanına malikdir.

Bütün bu şərtlərə 3-cü izokosta cavab verir. Lakin bu halda A nöqtəsi U_1 izokvantın toxunduğu nöqtə deyil, yəni istehlakçı optimumunu nöqtəsi deyil.

Yeni istehlakçı optimumunu 3-cü izokost X və Y mallarına qarşı istehlakçının əvvəlki üstünlüklərini əks etdirən U_3 laqeydlik əyrisi ilə bağlı olan C nöqtəsinə uyğun olacaq, lakin mal dəstini daha çox fayda ilə xarakterizə edir.

İndi biz gəlir və əvəzetmə effektləri məbləğinin miqdarını müəyyən edə bilərik. Gəlir effekti $\Delta X^m = X_2 - X_3$; əvəzetmə effekti isə $\Delta X^c = X_3 - X_1$ olacaq [52].

13.6.2. Xiksə görə, keyfiyyətli nemətlər üçün gəlir və əvəzetmə effektləri

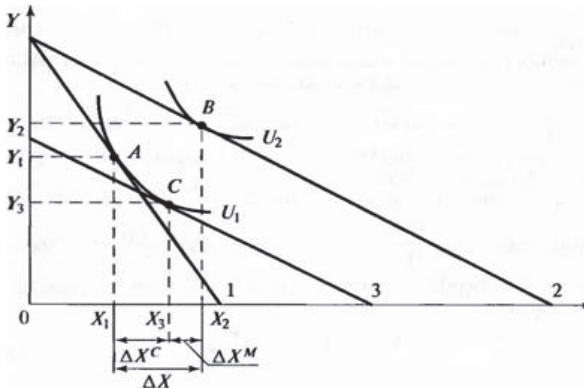
Keyfiyyətli nemət (normal məhsul) - istehlakçının gəlirlərinin artması ilə istehlak olunan əmtədir. Normal (keyfiyyətli) mallar üçü gəlir və əvəzetmənin effektlərinin təsiri qiymətlərin aşağı salınmasında tələbin artmasını və əksini izah edir. Xiksə görə, qiymətinin azalması ilə keyfiyyətli məhsula tələbin həcmünün dəyişməsinin təsirinin necə olduğunu göstərək. Xiksə görə, real gəlir pul gəlirlərinin xərcləndiyi nemətlərin faydalılığı ilə ölçülür. Qiymətlərin dəyişməsi vaxtı istehlakçı nemətlərin belə dəstini əldə etmək imkanına malik olmalıdır, hansının ki, faydalılığı əvvəlki dəstənin faydalılığına bərabər olmalıdır, yəni keçmiş laqeydlik əyrisinə nail olunmalıdır. Xiksin yavaşması daha çox faydalı ardıcıl (sırası) nəzəriyyənin əsas müddəalarına uyğun gəlir. Xiksə görə gəlir və əvəzetmə effektlərinin fərqləndirilməsini qrafik me-

todu ilə təsvir edək (**qrafik 13.6.2.1**).

İstehlakçı optimumunu U izokvantının 1 büdcə xəttinin X_1 və Y_1 mal dəstləri ilə A kəsişməsi ilə xarakterizə olunur. X malların qiymətinin azaldılması izokostu daha yumşaq edir və 1 mövqeyindən 2 mövqeyinə hərəkət edir. Yeni istehlakçı optimumunu indi X_2 və Y_2 mal dəsti ilə B nöqtəsinə uyğun gəlir. X malın qiymətinin azaldılmasının ümumi effekti gəlir və əvəzetmə effektlərinin cəmidir: $\Delta X = \Delta X^m + \Delta X^c$ və qrafikə uyğun olaraq $\Delta X = X_2 - X_1$ təşkil edəcək.

Gəlirin və əvəzetmə effektlərini fərqləndirmək üçün biz 2 - ci izokostaya 2 paralel və U_1 izokvanta ilə kəsişən 3 - cü köməkçi izokostanı çəkməliyik, yəni malların belə bir yeni dəstini tapmalıyıq ki, bu da orijinal dəsti ilə eyni faydalılığa malik olacaqdır. Bu şərtlərə C nöqtəsi, X_3 və Y_3 mal dəstləri cavab verir. Bu halda gəlirin təsiri $\Delta X^m = X_2 - X_3$ təşkil edəcək. Əvəzetmənin təsiri $\Delta X^c = X_3 - X_1$ olacaq.

İndi qiymətin dəyişməsi və keyfiyyətli məhsula tələbin həcmnin dəyişməsi arasındakı əlaqənin (işarənin) xarakterini aydınlaşdıraraq. Aşağı düşmə (X nemətin qiyməti) onun nisbi qiymət P_x/P_y və bunun üçün tələbatın artmasına gətirib çıxartdı.



Qrafik 13.6.2.1. Xikmə görə, keyfiyyətli nemətlər üçün gəlir əvəzetmə effektləri

X nemətinin qiyməti və ona olan tələbin həcmi müxtəlif istiqamətlərdə dəyişir, buna görə də əvəzetmənin effekti mənfi olacaq.

X nemətinin qiymətinin azalması keyfiyyətli məhsula tələbin həcmi artıran istehlakçının real gəlirini artırır.

X nemətinin qiyməti və ona olan tələbin həcmi müxtəlif istiqamətlərdə dəyişir, buna görə də gəlirin effekti də mənfidir.

Keyfiyyətli nemət üçün hər iki effekt bir istiqamətdə hərəkət edir, bir-birini gücləndirir [52]. Qiymətin dəyişməsi nəticəsində həcm dəyişikliyinə ümumi təsiri – mənfidir. Fərdi tələbin əyrisi də - mənfidir.

13.6.3. Xiksə görə, keyfiyyətsiz nemətlər üçün gəlir və əvəzetmə effektləri

Keyfiyyətsiz nemət (ən aşağı səviyyəli nemət) – elə bir əmtəədir ki, onun istehlakı istehlakçının gəlirləri artdıqca azalır.

Ən aşağı səviyyəli əmtəələrə - yoxsul alıcıların üstünlük verən mallar üçün vəziyyət bu effektlərin hər birinin istehlak seçiminə təsirinə dərəcəsi ilə asılıdır. Əgər əvəzetmənin effekti gəlirin effektindən daha güclüdirsə, ən aşağı səviyyəli əmtəəyə tələb əyrisi normal məhsulun tələb əyrisi ilə eyni formada olacaq. Keyfiyyətsiz nemələrə nümunə kimi, öz avtomobilində səyahətlə müqayisədə ictimai nəqliyyatda səyahətə aid etmək olar.

Qiffenin əmtəəsi istehlakçının real gəlirinin azalması ilə artan ən aşağı səviyyəli nemətdir.

Gəlirin effektinin təsiri əvəzetmə effektinin təsirindən daha yüksək olduqda, tələb əyrisi müsbət meylə sahib olacaq. İqtisadçılar bu vəziyyəti "*Qiffen paradoksu*" adlandırırlar. "Qiffen paradoksu" ilk dəfə İngiltərədə müəyyən olunmuşdur. Burada ingilis fəhlələrinin ailələri kartof qeyri-məhsuldarlıq nəticəsində bahalaşdı. Fəhlələr bütün bütçələrini bu kartofun alınmasına xərcləmək məcburiyyətində qalmışdılar. "Qiffen paradoksu"na misal kimi, əhalinin yoxsul təbəqələrinin öz sabit gəlirlərinə (pensiyaları və ya müavinətləri) yalnız minimum məhsulu (çörək və suyu) ala biləcəyi bir vəziyyət ola bilər ki, bunun da dəyəri istehlak bütçəsinin çox hissəsini təşkil edir [52].

13.6.4. Tələbin kompensasiya əyrisi

Tələbin kompensasiya əyrisi tələbin həcminə təsirinin yalnız əvəzetmə effektini əks etdirir. Gündəlik həyatda biz, bir qayda olaraq, hər bir konkret vəziyyətdə hansı effektlərin daha güclü olduğunu düşünmürük. Lakin iqtisadi sahədə, məsələn, vergitutma sahəsində dövlət qərarlarının işlənilib hazırlanması məqsədi ilə səmərəli istehlakçıların, yəni ölkə vətəndaşlarının özlərini necə aparacaqlarını, onların rifahına təsir edən qərarlar qəbul ediləcəyini dəqiq anlamaq lazımdır. Bu məqsədlər üçün adi tələb əyrisi (Marşal əyrisi) deyil, kompensasiya əyrisindən istifadə edirlər. Adi tələb əyrisi tələbin həcminə, əvəzetmə və gəlirin effektinə birgə təsirini əks etdirir. Tələbin kompensasiya əyrisi, hər hansı bir məhsul və ya məhsul qrupunun qiymətinin artması ilə istehlakçıların real gəlirinin dəyişməz qalması ehtimalı əsasında qurula bilər. Təcrübədə bu, qiymətlərin artımını kompensasiya etmək və ya nominal gəlirlərin (indeksləşdirməklə) artırılması, vergilərin azaldılması (vergi dərəcələrinin azaldılması) və ya digər üsullarla əldə edilə bilər. Beləliklə, tələbin kompensasiya əyrisi qəbul edilən qərarların iqtisadiyyata təsirini proqnozlaşdırmağa imkan verir.

Həm Slutskiyə, həm də Xixsə görə, normal, həm də keyfiyyət-siz mallar üçün tələbin kompensasiya əyrisi həmişə mənfi meyillidir, Marşal əyrisindən fərqli olaraq, hansı ki, bəzi ilkin tələbat malları üçün müsbət meyil ola bilər. Fərq ondan ibarətdir ki, istifadə olunan metodikadan asılı olaraq əyilmə bucağı dəyişir [52].

13.7. Ev təsərrüfatlarının davranış nəzəriyyəsi. Vaxtarası seçim

İstehlak davranışının fərdi istehlakçının seçimini təhlil edən neoklassik nəzəriyyəsi ilə yanaşı, müasir iqtisadi nəzəriyyədə xüsusi istiqamət ev təsərrüfatlarının davranış nəzəriyyəsi formalaşmışdır. Ev təsərrüfatları əldə edilən gəlirləri toplaya və saxlaya, eləcə də borc ala və ya verə bilər. Bu gün nə qədər istehlak etmək, sabah nə qədər təxirə salmaq barədə qərar qəbul edərkən ev təsər-

rüfatları vaxtarası seçimlə məşğul olur. *Vaxtarası seçim* – müxtəlif pul məbləğlərinin zaman intervalında müqayisəsidir.

Müəyyən vaxt ərzində nə qədər borc almaq və ya borc götürmək barədə qərar qəbul edərkən, ev təsərrüfatı faiz dərəcəsinin ölçüsünü nəzərə almalıdır [53], [54]. Bu halda faiz dərəcəsi həmin dövrlərdəki istehlakın nisbi qiymətini təşkil edir. Borc götürmənin faiz dərəcəsi ev təsərrüfatının bəzi malları bu gün istehlak etmək imkanı üçün ödədiyi qiymətdir, hətta əgər onların alınması ev təsərrüfatının bu vaxtın büdcə məhdudiyyətlərindən kənara çıxmasına gətirib çıxarsa belə.

13.7.1. Birdövrəli, ikidövrəli və çoxdövrəli büdcə məhdudiyyətləri

Ev təsərrüfatlarının davranış nəzəriyyəsində seçim obyektləri bu günün və gələcəyin istehlakıdır. Bu istehlak bu günün və gələcəyin büdcəsinə müvafiq olaraq məhduddur.

Reallıqda istehlakçı mütəmadi olaraq vaxtarası seçimini həyata keçirir və bütün ömrü ərzində büdcə məhdudiyyətləri ilə dafələrlə üzləşir. Büdcə məhdudiyyətləri çoxdövrəli büdcə məhdudiyyətlərindən ibarətdir. Lakin bu vəziyyətin təhlilini asanlaşdırmaq üçün yalnız iki dövrə məhdudlaşacağıq: cari və sonrakı.

İstehlakçı cari istehlakda qənaət etdikdə və yığım həyata keçirdikdə, real faiz dərəcəsinin artması istehlakçının indiki dövrdə qənaət etməsini stimullaşdırır. Banka yerləşdirilən qənaət edilmiş vəsaitlər ev təsərrüfatına əlavə gəlir gətirə bilər. Sonradan bu yolla əldə edilmiş vəsaitlər müvafiq (ikinci, üçüncü, sonuncu) dövrün gəlirindən yüksək olan istehlak səviyyəsinə çatmağa imkan verir. Vaxtarası seçim şəraitində real faiz dərəcəsi artımının istehlaka təsiri iki hissəyə bölünür: gəlir effekti və əvəzetmə effekti.

Gəlir effekti

Ev təsərrüfatı borc götürməmək əvəzinə vəsaitə qənaət etməyə daha çox meyilli olduğundan faiz dərəcəsinin artması onun vəziyyətini yaxşılaşdırır. Əgər birinci və ikinci dövrlərdə istehlak normal nemətdirsə, ev təsərrüfatı öz vəziyyətinin bu cür yaxşılaş-

masını hər iki dövrə şamil etmək istəyəcək. Bu effekt ev təsərrüfatının hər iki dövrdə daha böyük istehlak ölçüsünü seçməsinə səbəb olur.

Əvəzetmə effekti

İkinci dövrdə istehlak faiz dərəcəsinin artması birinci dövrdə istehlak ilə müqayisədə daha ucuzlaşır. Əmanətlər üzrə real faiz daha yüksək olduğundan, ikinci dövrdə əlavə istehlak vahidi əldə etmək üçün ev təsərrüfatları istehlakın bir hissəsindən birinci dövrdə imtina etməli olurlar. Əvəzetmə effekti ev təsərrüfatının ilk dövrdə istehlakını azaldaraq ikinci dövrdə daha çox istehlak seçməsinə səbəb olur [53], [54].

Yekun seçim gəlir və əvəzetmə effektlərinin qarşılıqlı hərəkəti ilə müəyyən edilir. Hər ikisi ikinci dövrdə istehlakın artırılması üçün çalışırlar. Lakin birinci dövrdə istehlakın gəlir və əvəzetmə effektləri əks təsir göstərir. Faiz dərəcəsinin artırılması ya birinci dövrdə istehlakı artırır, ya da azalda bilər.

13.7.2. Ev təsərrüfatları üçün likvidliyin məhdudlaşdırılması

Bu gün gələcək gəlirlər üçün borcalma yalnız o halda mümkündür ki, ev təsərrüfatı artıq müəyyən vəsaitə malikdir. Məsələn olaraq, gənc ailələrin ipoteka kreditləşməsi ilə bağlı vəziyyətini göstərmək olar. İstehlakçının sərəncamında ilkin pul məbləği olmadığı halda, cari istehlakın artırılması üçün bank kreditlərindən istifadə etmək mümkün deyil. Borc almağın mümkünsüzlüyü cari istehlakın cari gəlirləri aşmasına imkan vermir. Borcalmanın məhdudlaşdırılmasını aşağıdakı kimi təqdim edə bilərik:

$C_1 \leq Y_1$; burada C_1 və Y_1 - ilk dövrün istehlakı və gəlirləri.

Bu bərabərsizlik, ilk dövrdə istehlakın bu dövrdə gəlirin ölçüsündən az və ya bərabər olması deməkdir. Bu, istehlakçıya əlavə məhdudiyət kimi, likvidliyin və ya borcalmanın məhdudlaşdırılması kimi göstərilir.

İstehlakçı likvidlik məhdudiyətləri ilə qarşılaşdıqda, iki vəziyyət mümkündür:

- istehlakçı ilk dövrdə gəlir əldə etdiyindən daha az istehlak etməyə qərar verir, likvidliyin məhdudlaşdırılması əhəmiyyətli deyil və istehlaka təsir göstərmir. Likvidliyin bu cür məhdudlaşdırılması passiv adlanır;

- borclanma üzrə məhdudiyət olmasa, istehlakçı ilk dövrdə gəlirindən daha çox istehlak edəcəkdir. Bu vəziyyətdə likvidliyin məhdudlaşdırılması istehlakçı seçiminə təsir göstərir və buna görə də aktiv adlanır [53], [54].

13.8. Firmanın davranış nəzəriyyəsi və konsepsiyası

13.8.1. Firmalar və onların təsnifatı

İstehsalçı bazar şəraitində ictimai tələbatın ödənilməsi üçün maddi nemətlərin və xidmətlərin yaradılması məqsədi ilə istehsal amillərinin birləşdirilməsini həyata keçirir. İstehsalçının son məqsədi öz maraqlarını həyata keçirməkdir. Sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas subyekti firma (müəssisə) hesab olunur. "Müəssisə" və "firma" anlayışlarını sözün dar və geniş mənasında nəzərdən keçirmək olar. Dar mənada bunlar sinonimlərdir. Geniş miqyasda onları fərqləndirmək lazımdır: müəssisə bir profilli istehsalçıdır, halbuki firma bir neçə müəssisəni, özü də eyni profilli, yaxud müxtəlif profilli müəssisələri daxil edə bilər.

Hal-hazırda firmalar əsasən çoxprofilli istehsalatlardır. Çoxprofillilik firmaya böyük dayanıqlıq təmin edir: bir fəaliyyət növündən əmələ gələn zərər digər malların və xidmətlərin istehsalından əldə edilən gəlirlə kompensasiya edilə bilər. Bundan başqa, firmanın çoxprofilliyi həyat dövrünün müxtəlif mərhələlərində olan malların istehsalının bir araya gəlməsinə imkan verir. Firmanın kapitalının müxtəlif sahələr üzrə yayılması yolu ilə çoxprofilli istehsalın formalaşdırılması istehsalın diversifikasiyası adlanır.

Firmaları aşağıdakılara görə təsnif etmək olar:

- kapitala mülkiyyət formasına görə;

- istehsalın konsentrasiya və mərkəzləşdirilmə dərəcəsinə görə, yəni kapitalın miqdarı, istehsalın həcminə və məşğul olanların sayına görə.

Firmalar birinci meyarə görə, dövlət və özəllərə, ikinci meyarə görə, kiçik, orta və böyük firmalara bölünürlər.

Firmaların birinci meyarə görə, təsnifatını nəzərdən keçirək.

Bazar şəraitində dövlət özəl və ya ictimai əhəmiyyətli məhsul istehsal edən kifayət qədər cəlbədicə olmayan sahələrdə sahibkar kimi çıxış edə bilər. Məsələn olaraq, elmtutumlu istehsalat zamanı ilkin investisiyaların qoyuluşunu göstərmək olar. Kapital dövriyyəsinin aşağı sürəti olan layihələr özəl biznesi bu sahələrə pul yatırmaqdan geri çəkir.

Dövlət müəssisələri tez-tez özəl müəssisələrə nisbətən daha az effektiv olurlar. Bu, bir tərəfdən təsərrüfat fəaliyyətində sərbəstliyin, digər tərəfdən isə dövlət sektorunda rəqabətin olmaması, dövlət tərəfindən dəyən zərərin ödənilməsi praktikasının "istixana şəraitində" qalması ilə izah olunur. Buna görə də dövlət sektorunun genişlənməsi milli iqtisadiyyatın səmərəliliyinin azalmasına, iqtisadi artım templərinin aşağı düşməsinə gətirib çıxara bilər. Dövlət və özəl sektor arasında optimal mütənasiblik hərəkətdədir. Belə mütənasiblik iqtisadiyyatın inkişaf etdirilməsi üçün konkret-tarixi şərtlərlə müəyyən edilir. Milliləşdirmə dalğaları bir sıra sahələrin dövlətsizləşdirilməsi üçün daha xarakterik olan dövrlərlə əvəz olunurdu.

Özəl biznes üçün aşağıdakı əsas formalar səciyyəvidir:

- tək fəaliyyət göstərən firmalar (kapital sahibi bir nəfərdir);
- ortaqlıqlar (bir neçə şəxsin kapitalı birləşir);
- səhmdar cəmiyyətlər (hər bir həmmülkiyyətçinin payı onda olan səhmlərin sayı ilə müəyyən edilir).

Bu formaların hər birinin üstünlükləri və mənfi cəhətləri var. Belə ki, təkbaşına təsərrüfatın üstünlüklərinə tam sərbəstliyi, həmçinin fəaliyyətin konfidensiallığını aid etmək olar. Ortaqlıqlar əvvəlki forma ilə müqayisədə kollektiv, operativ idarəetmədir və bir qayda olaraq, böyük maliyyə imkanlarına malikdir. Səhmdar cəmiyyətləri əlavə kapitalın yığılması, peşəkar menecerlərin cəlb edilməsi üçün geniş imkanlara malikdirlər.

Birinci formanın nöqsanlarına məhdud maliyyə imkanları,

idarəetmə ixtisaslarının uzlaşdırılmasının zəruriliyi, ikincisinə partnyorların bir-birindən asılılığı, üçüncü formaya isə ciddi nəzarət və idarəetmənin tabe olmaması aid edilə bilər.

Ümumiyyətlə, müasir iqtisadiyyat üçün səhmdar şirkətlərin aparıcı rolu səciyyəvidir. Onların fəaliyyəti milli iqtisadiyyatdan kənara çıxma və dünya bazarlarına yayıla bilər. Səhmdar şirkətlər üçün malların kütləvi istehsalı, ticarət, maliyyə və digər xidmətlərin göstərilməsi xarakterikdir.

İkinci meyarə görə, firmaların təsnifatının təhlilinə müraciət edək.

Kiçik firmalar üçün çoxluq, bazar konyukturasının dəyişməsinə sürətli reaksiya və yenilənmə ilə xarakterizə olunur. Kiçik firmalar kütləvi istehsalə ehtiyac olmayan və iri biznesin nüfuz etmədiyi iqtisadi sahələrdə effektiv fəaliyyət göstərilir.

Orta firmalar inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatında o qədər də çox deyil. Onların sayı azalmağa meyillidir. Orta firmalar, bir tərəfdən, kiçik biznesin üstünlüklərinə, digər tərəfdən, iri firmaların gücünə malik deyillər. Onların "sağ qalması" onunla bağlıdır ki, bazarın daxil olduğu dar seqmentlərdə bu firmalar mini-inhisarçı olurlar. Onlar kapital konsentrasiyasının əhəmiyyətli mənbəyidirlər, çünki satınalmaların ən çox faizi məhz onların payına düşür.

İri firmalar istehsal miqyasına qənaət etməklə minimum məsrəflərlə malların kütləvi istehsalını təmin edirlər. Onlar yeni sahələri mənimsəmək imkanına malikdirlər, çünki irimiqyaslı investisiya qoyuluşunu həyata keçirə bilərlər. Buna görə də, böyük firmalar ETT-nin aparıcısı rolunu yerinə yetirirlər. Ümumiyyətlə, böyük firmalar üçün iqtisadiyyatda davamlı vəziyyət xarakterikdir.

Biznesin xarici və daxili mühiti

Müasir biznesin səmərəliliyi onun həyata keçirildiyi şəraitdə daxili və xarici mühitin vəziyyətindən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır.

Daxili mühit kapital sahibləri, menecerlər və muzzdlu işçilər arasında münasibətləri formalaşdırır.

Xarici mühit sahibkarların dövlət və ictimai təşkilatlarla, təchizatçılarla, istehlakçılarla və kreditorlarla münasibətlərindən yaranır.

İqtisadi subyektlərin hər birinin öz maraqları var.

Daxili mühitə gəldikdə isə, kapital mülkiyyətçisi kapitalın qorunub saxlanması və artırılmasında, menecerlər - firma tərəfindən yüksək məvacibi təmin edən mənfəətin əldə edilməsində, muzzdlu işçilər - sabit əmək haqqı, yaxşı əmək şəraiti və sosial təhlükəsizlik şəraitində maraqlıdırlar.

Xarici mühit sahəsində, ilk növbədə, iqtisadiyyatın davamlı inkişafının təmin edilməsi, antiinhisar siyasəti həyata keçirməklə bazar münasibətlərinin, ətraf mühitin, qiymətlərin sabitliyinin qorunması, əhəlinin sosial müdafiəsinin təmin edilməsi və s. daxil olmaqla, dövlət maraqlarının geniş spektrini qeyd etmək lazımdır. Burada hər bir qurumun öz maraqları var:

- təchizatçılar aşağı səviyyəli xərclər, yüksək gəlirlərdə;
- kreditorlar - yüksək faizli kreditlərdə, onların qaytarılmasının zamanətliyində;
- istehlakçılar - geniş çeşiddə, aşağı qiymət və yüksək keyfiyyətli məhsul və xidmətlərdə.

Biznesin uğuru, son nəticədə, göstərilən iqtisadi subyektlərin maraqlarının uyğunlaşdırılması imkanından asılıdır.

Firma istehsalçılarının davranış nəzəriyyələri

İstehsalçının (müəssisənin, firmanın) davranışının müxtəlif nəzəriyyələri var. Ənənəvi nəzəriyyə firmanın davranışını mənfəətin maksimuma çatdırmaq istəyi ilə izah edir. Real iqtisadi gerçəklik mürəkkəbdir və müasir firmanın davranışının təhlilinə çoxplanlı yanaşma tələb edir.

Alternativ konsepsiyalar da mövcuddur. Məsələn, kapitalın sahibləri və menecerlərin ümumi məqsədi, yəni şəxsi zənginləşdirmə və statusu yüksəltməklə bir vasitə kimi firmanın artımının maksimum dərəcədə artırmaq üçün böyümənin maksimuma çatması nəzəriyyəsi mövcuddur. Firmanın artımı onun yaşaması üsulu olaraq qəbul edilir. Firma artımının birinci yolu istehsal və kapitalın konsentrasiyasıdır. Onun mənbəyi firmanın şəxsi resursları, borc vəsaitləri, həmçinin qiymətli kağızların əlavə emissiyasından olan vəsaitdir. İkinci artım yolunu birləşmə və satın alma nəticəsində istehsal və kapitalın mərkəzləşdirilməsi, üfüqi və

şaquli integrasiya, eləcə də konqlomerasiya kimi xarakterizə etmək olar. Şirkətlər ikinci yolla daha çox gedirlər. Xərclərin azaldılmasına yönəlmiş birləşmənin ən vacib motivi istehsal miqyasından qənaətdir. Bu qənaət o zaman əldə edilir ki, buraxılan məhsul vahidinə görə xərclər buraxılış həcmnin artması ilə azalır. Bu azalma, xüsusilə, daimi, yəni buraxılış miqyasından asılı olmayaraq, istehsal olunan məhsulların daha çox sayda vahidinin bölüşdürülməsindən qaynaqlanır. Başqa sözlə, istehsal həcmnin artması firmanın malik olduğu resurslardan daha səmərəli istifadə etməyə imkan verir [55].

Tez-tez birləşmələr və satınalmaların səbəbi yeni məhsulların inkişafı və yaradılması, yeni texnologiyaya kapital qoyuluşu üzrə bahalı işlərdə qənaət, həmçinin idarəetmə aparatının saxlanmasına inzibati xərclərin azaldılması qənaəti deməkdir. Korporasiyanın ölçüləri özlüyündə onun etibarlılığına zəmanət kimi görünür (xüsusi effekt - "too big to fail" - müflis olmaq üçün çox böyükdür). Şirkətin rəqabət qabiliyyətinin və iqtisadi dayanıqlığının artırılmasında geniş imkanlar istehsalın diversifikasiyasını (şaxələndirilməsini) təmin edir.

13.8.2. İstehsalın diversifikasiya, konsentrasiya və mərkəzləşdirilməsi

İstehsal və kapitalın mərkəzləşdirilməsinin formalarını daha ətraflı nəzərdən keçirək.

Üfqi integrasiya eynitipli məhsullar istehsal edən və oxşar xidmətlər göstərən, yaxud istehsal prosesinin eyni mərhələsini istehsal edən istehsalçıların birləşməsində baş verir. Bu növ integrasiya sahədaxili konsentrasiyanı və istehsalın mərkəzləşdirilməsini təmsil edir, istehsal miqyasına qənaət edir və integrasiyanın ən geniş yayılmış növü hesab olunur. Məsələn, Amerika fastfud şəbəkəsi-"Burger King" Moskvada restoran şəbəkəsinin inkişafı haqqında "Şokoladnitsa" ilə müqavilə imzalamışdı. Analitiklərin fikrincə, bu şəbəkə McDonald's ilə ciddi rəqabət apara bilər.

Vahid texnoloji prosesin müxtəlif mərhələlərini həyata keçir-

rən istehsalçılar birləşdikdə şaquli inteqrasiya baş verir. Bu vəziyyətdə, sahələrarası konsentrasiya və istehsalın mərkəzləşdirilməsi müşahidə olunur. Bu cür inteqrasiya xərcləri azaltmağa imkan verir, çünki məhsulun istehsal prosesinin bir mərhələsindən digərinə keçməsi bazardan yan keçməklə baş verir. Şirkət, həmçinin öz təsir dairəsini genişləndirir və bazara nəzarət edir.

Buna misal olaraq "Russkoye more"ni göstərmək olar. Bu firma hazır, soyudulmuş və təzə dondurulmuş balıq və dəniz məhsullarının istehsalı və tədarükü üzrə ixtisaslaşan Rusiya qida məhsulları bazarında aparıcı şirkətlərdən biridir.

"Russkoye more" üç əsas istiqamətdə fəaliyyət göstərən şaquli inteqrasiya olunmuş şirkətdir:

- akvamədəniyyət ("Russkoye more - akvamədəniyyət");
- soyudulmuş və təzə dondurulmuş balıq və dəniz məhsullarının tədarükü ("Rus balıq şirkəti");
- hazır balıq məhsullarının istehsalı ("Russkoye more" şirkəti).

"Russkoye more" - həm hazır balıq məhsullarının istehsalı və satışı bazarında, həm də soyudulmuş və təzə dondurulmuş balıq və dəniz məhsullarının distribüter bazarında Rusiyanın ən böyük iştirakçısıdır. "Russkoye more" ticarət markası - Rusiya bazarında aparıcı brenddir.

Ölkəmizdə "Azerbaijan Fish Farm" MMC-nin fəaliyyətini xüsusilə qeyd etmək lazımdır.

"Azerbaijan Fish Farm" MMC Azərbaycanın balıq sənayesinin ən böyük sərmayəçisidir. Onun layihələri ölkəmizin balıqçılıq irsinin dirçəldilməsinə və yeni təsərrüfatların yaradılmasına yönəldilib. Biz Azərbaycan ərazisində nəre balığının növlərinin, forelin yetişdirilməsi, eləcə də, nəre balığı kürüsü istehsalı üçün müasir texnologiyalarda bir yenilikçisiyik. Bütün məhsullar ətraf mühitə qayğı və beynəlxalq keyfiyyət standartlarına uyğun istehsal olunur.

Konglomerasiya zamanı texnoloji cəhətdən əlaqəli olmayan firmaların birləşməsi həyata keçirilir. Nəticədə itkilər riskinin azaldılması və daha yüksək gəlir əldə etmək ümidi ilə iqtisadiyyata qo-

yulan pul kapitalının müxtəlif obyektlər arasında bölüşdürülməsini əks etdirən istehsalın diversifikasiyası baş verir.

İstehsalın diversifikasiyası aşağıdakı məqsədləri həyata keçirməyə imkan verir:

- müxtəlif sahələr üzrə kapitalı səpələyərək riskləri azaltmaq;
- yeni bazarlara daxil olmaq;
- mövcud bazarların kiçik sahələrini zəbt etmək;
- müxtəlif paralel sahələrdə ETT - nin nailiyyətlərini istifadə etmək;
- fond bazarında əlverişli konyukturadan istifadə etmək (spekulyativ məqsəd).

Nəticədə müəssisələrin vahid sistemi formalaşır. O, şaquli və üfüqi inteqrasiyada olduğu kimi, o qədər də dayanıqlı deyil, lakin iqtisadi cəhətdən savadlı, ardıcıl idarəetmə şəraitində tamamilə effektivdir. Həm istehsal olunan mallara, göstərilən xidmətlərə, həm də coğrafi nöqteyi-nəzərdən istehsalata diversifikasiya müsbət sinerjinin mühüm mənbəyinə xidmət edir. Buna görə də diversifikasiya müxtəlif sahələrdə ixtisaslaşan şirkətlərin birləşməsi üçün stimuldur. Nəticədə, əldə edilən gəlirlər axınları sabitləşdirməyə imkan verir ki, bu da şirkətin özü və onun təchizatçıları üçün faydalıdır. İstehlakçılar da məhsul və xidmətlərin çeşidinin genişləndirilməsi sayəsində uduşlu olurlar.

Misal olaraq, marqarin, sabun, çay, souslar, dondurma, quru şorbalar, bitki yağı, ədviyyatlar, diş pastası, şampunlar, tualet suyu, təmizləyici vasitələr və s. kimi məhsulların ən böyük dünya istehsalçısı kimi tanınan "Unilever" konsernini göstərmək olar. Onun tərkibinə Brooke Bond, Calve, Knorr, Lipton, Rama, Dove, Domestos, Omo, Rexona, Sunsilk kimi məşhur ticarət markaları daxildir. MDB məkanının bazarlarına 1992-ci ildən daxili olub, Lux sabununun, Omo yuyucu tozunun, Lipton çayının tədarükündən başlayıb. Məsələn, Rusiyada "Unilever" konserni Sankt-Peterburqda çay emalı fabriki, Tula şəhərində mayonez, bulyon kubiklərinin, tez hazırlanan şorba, ədviyyat və kartof püresi istehsal edən bir zavod tikdi. Bu konsernə Sankt-Peterburqda "Şimal şəfəqi" kosmetik məhsullar və gigiyenik mallar istehsalı üzrə fabrik və Moskva

marqarın zavodu məxsusdur.

Hər şey onunla başladı ki, 1930-cu ildə Hollandiyanın marqarın istehsalçısı "Margarine Uni" Britaniya sabun istehsalı şirkəti "Lever Brothers" ilə birləşdi. Beləliklə, istehsal olunan məhsulların çeşidini əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirmək və gələcəkdə dünya bazarının liderlərindən birinə çevrilmək üçün nəzərdə tutulan yeni şirkət ortaya çıxdı - "Unilever".

Birləşmə və satınalmaların əsas "oyunçuları" böyük transmilli korporasiyalardır (TMK). Digər şirkətlərə birləşərək və "udaraq", TMK - lar yalnız ayrı-ayrı bazarlara deyil, bütün dövlətlərin fəaliyyətinə təsir göstərməyə imkan verən böyük iqtisadi hakimiyyəti öz əllərində cəmləşdirir. Bir çox TMK - lar böyük şirkətlərin birləşməsi yolu ilə yaranır. Dünyanın 50 ən böyük şirkətinin 30-dan çox qərargahı ABŞ-da yerləşir.

Azərbaycan müstəqillik əldə etdikdən sonra yerli şirkətlərin fəaliyyətini xüsusilə qeyd etmək lazımdır. Onların bəziləri haqqında məlumat verək.

"*Avrora Qrup*" distribüter şirkəti kimi fəaliyyətinin əsası 1 noyabr 1993-cü ildə qoyulmuşdur. Şirkət fəaliyyətinə yerli və xarici fabriklərin istehsal etdiyi məhsulları ölkəmizdə dağıtımını həyata keçirməklə başlamışdır. "Avrora Qrup" hal-hazırda qida sektorunda ölkəmizin ən aparıcı distribüter şirkətlərindən biridir. Beynəlxalq şirkətlərin, zavod və fabriklərin etibarlı partnyoru olan "Avrora Qrup"un portfoliosuna "Danone", "Ehrman", "Arla", "Rolton", "Hochland", "KraftHeinz", "Pernod Ricard", "Diageo", "Carlsberg", "Jagermeister", "Gruppo Campari", "Brown Forman", "Bacardi Limited" və s. kimi aparıcı şirkətlər daxildir. Şirkət distribüter fəaliyyətini daha peşəkar və davamlı həyata keçirmək üçün mərkəzi ofisi Bakıda olmaqla Gəncə, Lənkəran, Bərdə, Quba, Göyçay, Şəki və Saatlıda filialları fəaliyyət göstərir. "Avrora Qrup"un ümumi sahəsi 39000 kv/m olan logistika mərkəzi vardır. "Avrora Qrup" distribüter şirkəti olaraq hal-hazırda 12000-dən çox ticarət nöqtəsinə 1000-dən çox məhsul çeşidinin satışını həyata keçirir.

2001-ci ildə "Avrora Qrup" fəaliyyət istiqamətlərini geniş-

ləndirərək bazarda həm də istehsalçı şirkət kimi tanınmağa başlamışdır. Şirkətin istehsalat sahələrini özündə birləşdirən “Avrora Sənaye Parkı”nda Makaron fabriki, Qənnadı fabriki, Qazlı və qazsız içkilər fabriki, Karbon Dioksid fabriki, Un istehsalı fabriki vardır. Fabriklərdə Avstriyanın “Buhler”, “Franz Haas”, İtaliyanın “İmaformi”, “CFT”, “Fava”, “Ricciarelli”, “Landucci”, Almaniyanın “KRONES” və digər avadanlıqlar quraşdırılmışdır. Bu fabriklər ISO 22000:2018 Qida Təhlükəsizliyi İdarəetmə Sistemi və ISO 9001:2015 Keyfiyyətin İdarəedilməsi Sistemi əsasında fəaliyyət göstərir. Avrora Qrup tərəfindən Qida Təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün hazırlanmış AVR QTS-01 Qida Təhlükəsizliyi Siyasəti sənədi bütün istehsal sahələrinə şamil edilir. Qeyd olunan fabriklərdə Doymak, Lafarella, Günaydın, Tanelli markalı makaronlar, Doymak və Günaydın markalı unlar, Bizon, Berg Glucose, Berg Skyline qazlı vitaminləşdirilmiş içkilər, GO və Stolichnaya spirtli kokteyllər, Çınarlı süfrə suyu, Kreki krekerləri, Sladena və Barovski peçenyeləri, Sladok vafliləri və digər brendlər istehsal olunur.

“Avrora Qrup” ixrac imkanlarını genişləndirərək Azərbaycan iqtisadiyyatına da öz töhfəsini verməkdədir. Şirkət istehsal etdiyi məhsulları Qazaxıstan, Qırğızıstan, Özbəkistan, İraq, Türkmənistan, Gürcüstan, Liviya və digər ölkələrə ixrac edir.

Veysəloğlu Şirkətlər Qrupu 1994-cü ildə satış və distribütor şirkəti olaraq fəaliyyətə başlayıb. Həmin ilin 5 noyabr tarixində Türkiyədən TIR ilə Azərbaycana biskvit-peçenye kateqoriyasında ilk idxalı həyata keçirməklə “Veysəloğlu Distribusiya” şirkətinin əsası qoyulub. 1997-ci ildən etibarən öz fəaliyyətini genişləndirən şirkət hazırda dünyanın bir çox tanınmış markalarının 4025 çeşiddə məhsulunun ölkə üzrə distribusiyasını həyata keçirir. “Veysəloğlu Distribusiya” qida məhsullarının distribusiyası və pərakəndə satışı üzrə aparıcı mövqeyə malikdir.

2001-ci ildə isə Veysəloğlu Şirkətlər Qrupu “Ulduz” Şokolad Fabrikinin əsasını qoyub. Qənnadı məhsulları sahəsində “Milli brend” statusunu qazanan bu fabrik əsasən şokolad konfetləri, karamellər, qutu şokoladlar, draje və vaflı məhsulları istehsal edir.

2010-cu ildə Şirkətlər Qrupunun ölkə xaricində ilk şirkəti - "VG" (Veyseləqlu Georgia) fəaliyyətə başlayıb. 3500-dən çox satış nöqtəsi olan "VG" şirkəti Azərbaycan, Türkiyə, Rusiya, Polşa, Hindistan və digər müxtəlif ölkələrdən 30-dan çox istehsalçı ilə əməkdaşlıq edir. "VG" şirkətinin Tbilisi, Qori, Kutaisi və Batumi şəhərində 4 ofisi, Tbilisi və Kutaisidə isə 2 anbarı fəaliyyət göstərir.

2011-ci il mayın 7-də Veyseləqlu Şirkətlər Qrupu pərakəndə sektoruna ilk addım ataraq "Araz" markası altında fəaliyyət göstərən "AzRetail"i təsis edib. "Siz harada, "Araz" orada" sloqanı ilə fəaliyyət göstərən "Araz" supermarketlər şəbəkəsi ölkə üzrə 300-dən artıq mağaza ilə müştərilərinə xidmət edir.

2016-cı ildə əhalinin istehlak səbətini eyni büdcə daxilində daha çox məhsul təklif edərək genişləndirmək və yerli istehsalçıların markalaşma xərci çəkmədən öz məhsullarını şəbəkə marketlərdə satışa çıxara bilmələrinə şərait yaratmaq məqsədilə ölkənin bütün regionlarına yayılmış 1110-dan artıq satış nöqtəsi ilə fəaliyyət göstərən "Oba" endirimli satış ("discount") şəbəkəsinin əsası qoyulub.

2016-cı ilin fevral ayından müxtəlif şirniyyat və digər un məmulatlarını "Araz" supermarketlər şəbəkəsində müştərilərə təqdim edən "Xonça" Fabriki qurulub.

Həmin ildə ölkədə aparılan iqtisadi islahatlar fonunda Veyseləqlu Şirkətlər Qrupu təsis etdiyi "V-Trade" distribusiyası vasitəsilə iri həcmdə şəkər, paxlalı məhsullar və digər təməl qida məhsullarının idxalını artıraraq, ölkədə qiymət sabitliyinə dəstək göstərib. 2017-ci ildə "AVT Logistics" in əsası qoyulub. "AVT Logistics" 500-dən artıq yük nəqliyyat vasitəsi ilə 12 mindən artıq fərqli ticarət nöqtəsinə məhsul çatdırılmasını təmin edir.

Qida və xidmət sektorunda keyfiyyətli və münasib qiymətə xammal tədarük edən "Vesta-Horeka" distribusiyası isə 2018-ci ildə fəaliyyətə başlayıb.

Veyseləqlu Şirkətlər Qrupu 2022-ci ildə yeni bir xətt üzrə müştərilərinə məhsullar təqdim etməyə başlayıb. "Veyseləqlu-Rossmann" şirkətini yaradan Qrup ölkəmizdə Almaniyanın "Ross-

mann” firmasının sağlamlıq və şəxsi qulluq məhsullarının “Rossmann” brendli mağazalar vasitəsilə satışını həyata keçirir.

Şirkətlər Qrupu 2002-ci ildə digər ortaqlarla birlikdə "Sirab" mineral sular zavodunun yenidən qurulmasına investisiyalar yatıraraq, milli su brendi "Sirab"ı yenidən inkişaf etdirib.

Veysələoğlu Şirkətlər Qrupu digər ortaqları ilə birgə 2014-cü ildə “Entree” kafesini Azərbaycana gətirib. Hazırda fransızın hüquqi əsasında bu tanınmış brend adı altında ölkədə bir neçə kafe fəaliyyət göstərir.

Son illər istehsalatın dekonstrasiya və desentralizasiya tendensiyaları müşahidə olunur. Təcrübə sübut edir ki, 2/3 birləşmələr və satınalmalar nəticədə ziyanla yekunlaşır. Onlar əvvəllər alınmış şirkətlərin satılmasına və ya biznesin bağlanmasına, təcrübəsi inkişaf etmiş ölkələrin meqabirləşməsinə, (43% ümumi dəyərinin bütün sövdələşmələrin 1%-i ən böyük əqdlərin payına düşür) şirkətin səhmlərinin qısamüddətli perspektivdə orta hesabla 3,2% qiymətinin aşağı düşməsinə gətirib çıxarır. Məsələn ondan ibarətdir ki, rəqabət kəskinləşir, bazar konyukturası getdikcə daha dinamik olur. Bu şəraitdə firmanın həyat qabiliyyəti, onun adaptivliyi rahatlıq və manevr qabiliyyətindən asılıdır ki, bunu da istehsal və idarəetmənin mərkəzsizləşməsi zamanı həyata keçirmək daha asandır.

Bu yanaşma korporasiyanın subyektlərin və idarəetmə obyektlərinin müəyyən iyerarxiyası, maraq və məqsədlərin müvafiq iyerarxiyası ilə kompleks sistem kimi nəzərdən keçirilməsinə əsaslanır.

Mənfəətin maksimuma qaldırılması və artımın maksimuma çatdırılması nəzəriyyələri firmanın bir məqsəd olduğunu göstərir.

Davranış nəzəriyyələri firmanın məqsədlərinin çoxluğunun ideyasını ortaya qoyur.

Firmanın həyat qabiliyyəti menecerlərin şirkətin subyektlərinin şəxsi maraqlarını strateji maraqları ilə əlaqələndirmək qabiliyyətindən asılıdır.

Özəl və ümumi maraqların uyğunlaşdırılması üsulu kimi kompromis sənəti təklif olunur. Əsas ideya belədir: bütün məqsədləri (mənfəət, artım və s.) maksimuma çatdırmaq mümkün deyil,

buna görə də şirkətin subyektlərinin maraqlarına cavab verən məqsədli tədbirlərin birləşməsini seçmək lazımdır [55].

Firmanın davranış nəzəriyyələrində firmanın fəaliyyət göstərdiyi xarici mühitin təsiri nəzərə alınır. Buraya iqtisadi, siyasi, sosial, ekoloji və s. şəraitlər daxildir. Firmanın daxili mühitinə adekvatlığını onun xarici mühitinə, sonuncunun çevik reaksiya göstərmək vasitəsilə, təmin etmək lazımdır.

13.8.3. İstehsal funksiyasının iqtisadi məzmunu

Məlumdur ki, firmalar nemət və xidmətlər istehsal edirlər. Bunun üçün onlar istehsal amillərinin (əmək, torpaq və kapital) optimal birləşməsindən istifadə etməlidirlər. İstehsal funksiyası konkret texnologiya üçün qurulur. Sonuncunun təkmilləşdirilməsi istehsal funksiyasının dəyişdirilməsinə ehtiyac duyur. O, həm mikroiqtisadi, həm də makroiqtisadi qarşılıqlı əlaqələri xarakterizə edə bilər.

İstehsal amillərinin xərcləri və məhsul buraxılışı arasında texnoloji asılılıq istehsal amillərinin istənilən dəsti ilə bu dəstdən istehsal olunan məhsulun maksimal mümkün həcmi arasında münasibəti təşkil edən istehsal funksiyasını əks etdirir.

İstehsal funksiyasını aşağıdakı kimi təsvir etmək olar:

$$Q = f(a, b, c, d, \dots, z);$$

Burada:

Q (quantity) - istehsal olunan malların və xidmətlərin sayı;
a, b, c, d..., z - istehsal amilləridir.

Müasir sənaye istehsalı üçün torpağın istehsal amili kimi rolu o qədər də vacib deyil. Ümumiyyətlə, iki amilli istehsal funksiyası aşağıdakıdır: $Q = f(K, L)$.

İstehsal funksiyasının konkret növü istehsal texnologiyası ilə şərtlənir və araşdırılan dövrün qısamüddətli və ya uzunmüddətli olmasından asılıdır.

Qısa müddətdə ən azı bir istehsal amili sabit olaraq qalır, firma sənayeni tərk edə və ya daxil ola bilməz. Uzunmüddətli dövrdə bütün istehsal amilləri dəyişkəndir, firmalar həm sənayeni

tərk edə, həm də ora daxil ola bilərlər. Qeyd olunan dövrlər arasındakı fərq idarəetmə qərarlarının iki növünü xarakterizə edir: taktiki və strateji.

Qısamüddətli dövrdə ikiamilli istehsal modelində buraxılan məhsulun həcmi dəyişən amil funksiyasıdır. Belə amil rolunda əmək çıxışıdır. Mövcud zavodlarda işçilərin sayını dəyişdirmək üçün qısa müddət kifayətdir, lakin yeni sexlərin və onların avadanlığının tikintisi üçün kifayət deyildir. **Qısa müddətdə istehsal funksiyası aşağıdakıdır: $Q = f(L)$.**

Uzun müddət ərzində sahibkarın yeni zavod tikməyə, bu zavodu yeni avadanlıqla təchiz etməyə imkanı var. Ona görə də uzunmüddətli dövrdə bütün amillər – dəyişkəndir. Bir qayda olaraq, onlar yalnız əlavələr deyil, həm də müəyyən çərçivədə bir-birini əvəz edə bilərlər. Bu halda, istehsal funksiyasının xüsusi halı kimi *Kobba - Duqlas funksiyası* istifadə olunur:

$$Y = A \times K^a \times L^b;$$

Burada:

Y (yield) – məhsulun çıxışı, nəticə; **A** – xətti əmsal (texnoloji əmsal); **K** – kapital; **L** – əmək; **a** və **b** əmsalları - kapital və əmək üzrə istehsal həcmnin elastiklik göstəriciləridir. Onlar kapital (əmək) xərcləri 1% dəyişərsə, məhsul buraxılışının neçə faiz dəyişəcəyini göstəriirlər.

Baxılan funksiya yalnız hər bir amilin töhfəsini göstərmir, həm də istehsal amillərindən istifadənin ümumi təsirini müəyyən etməyə imkan verir. Dərəcə əmsallarının ümumi dəyəri istehsal miqyasının effektinin qiymətləndirilməsini təmin edir.

Əgər $a + b = 1$ - *effekt neytral miqyaslıdır*.

Əgər $a + b > 1$ - *effekt müsbət miqyaslıdır*, istehsal amillərinin təsiri artır. İstehsal miqyasının artması nəticəsində əməyin ixtisaslaşması, idarəetmənin effektivliyinin artırılması və s. sayəsində qənaət yaranır.

Əgər $a + b < 1$, onda resursların qaytarılması azalır, buna görə də *effekt mənfi miqyaslıdır*. Müəssisənin həddindən artıq iriləşdirilməsi, xüsusilə idarəetmənin səmərəliliyinin azalmasına və həddindən artıq xərclərə gətirib çıxarır [28, səh. 29-46].

13.9. Firmanın xərcləri və fəaliyyətinin nəticələri

Bazar iqtisadiyyatında hər hansı bir firmanın fəaliyyətinin əsas motivi gəlir (məhsul satışından əldə edilən gəlir) və xərclərin miqdarı arasındakı fərqi müəyyən edən mənfəətin maksimuma çatdırılmasıdır.

İstehsal xərcləri istehsal resurslarından istifadənin pul ifadəsini təşkil edir ki, bunun da nəticəsində məhsul istehsal olunur və satılır.

Şirkətin konkret miqdarda gəlirin əldə edilməsinə istiqamətlənmək üçün o, tələbi təhlil etməli və məhsulun satışından (gəlir) əldə olunan ümumi gəliri müəyyən qiymətə onun istehsalına çəkilən xərclərin həcminə uyğun tutmalıdır, yəni şirkətin məhsul satışından əldə etdiyi (qazandığı) pul vəsaitlərini məhsulun istehsalı ilə bilavasitə bağlı və onların şərtləndirdiyi xərclərlə müqayisə etməlidir. Digər bərabər şərtlər daxilində mənfəət əldə etmək imkanı istehsal xərclərinin məbləği ilə məhdudlaşır. Buna görə də, şirkətin məhsul buraxılışının optimallaşdırılması barədə qərar qəbul etməsi xərcləri və onların mümkün dinamikasını təhlil etmədən mümkün deyil.

İqtisadi nəzəriyyə istifadə olunan resursların nadirliyindən və onların alternativ istifadə imkanlarından yaranan məsələlərin araşdırılmasını həyata keçirir. Bununla əlaqədar olaraq, firmanın ***aşkar və gizli xərcləri*** nəzərə alınmalıdır.

Aşkar xərclər (xarici xərclər) - şirkət sahiblərinin sayına aid olmayan təchizatçılara resurslar üçün şirkətin ödənişidir. İşçilərin əməyinin ödənilməsi, avadanlıqların alınması və ya icarəsi, xammal və materialların xərcləri, habelə menecerlərin sahibkarlıq qabiliyyətinin ödənilməsi aydın xərclərə aiddir.

Aşkar xərclərin məcmusu məhsulun maya dəyərini formalaşdırır. Əgər məhsulun satışından əldə edilən ümumi gəlirdən onun maya dəyərini çıxsaq, onda firmanın mənfəət məbləğini əldə etmək olar. Aşkar xərclər mühasibat hesabatlarında nəzərə alınır, buna görə də bu cür hesablanmış mənfəət mühasibat mənfəəti adlanır.

Bununla yanaşı, yalnız aşkar xərclərin uçotu firmanın real xərclərinin həcmi azaldır və buna görə də faktiki əldə edilmiş mənfəətin həcmi artırır.

Gizli xərclər (daxili xərclər) nəzərə alınmaqla mənfəət və xərclərin miqdarı haqqında real təsəvvür əldə edilə bilər. Məcmu gizli xərclər firmanın mülkiyyəti olan ehtiyatlardan istifadənin alternativ xərcləridir. Bu xərclər xarici resurs təchizatçıları tərəfindən ödənilir. Məsələn, ofis daşınmaz əmlakının mülkiyyətçisi öz binasında firmasının işini özü təşkil edir. Bu zaman o, daşınmaz əmlakın icarəyə verilməsindən və müvafiq gəlir əldə edilməsindən imtina edir. İnvestisiya layihəsinə şəxsi pul vəsaitlərini yatıran biznesmen onları banka qoymaq və əmanət üzrə faiz əldə etmək imkanından imtina edir.

Aşkar və gizli xərclərin təhlili müəssisənin **xalis (təmiz) və ya iqtisadi mənfəətini** daha dəqiq müəyyən etməyə imkan verir.

İqtisadi mənfəət məhsulun satışından ümumi gəlir və firmanın ümumi (aşkar və gizli) xərcləri arasındakı fərq kimi hesablanır.

Dəyişkən və daimi xərclər

Bəzi xərclərin miqdarı istehsal olunan məhsulun həcmindən asılıdır. Bunlara xüsusən xammal, materiallar, əmək haqqı, elektrik enerjisinin ödənilməsi daxildir. Digər xərclər isə istehsal miqyasından asılı deyil. Buna misal olaraq, sahənin icarə haqqı, mühafizə haqqı və s. göstərmək olar.

İstehsal həcmindən asılı olmayan **xərclər daimi (fixed costs, FC)**, istehsaldan asılı olan **xərclər isə dəyişkən (variable costs, VC)** adlanır. **Daimi və dəyişkən xərclərin məbləği firmanın ümumi (məcmu) xərclərini təşkil edir (total costs, ATC):**

$$FC + VC = TC.$$

Müəssisələrin açılması və bağlanması, sanasiyası və müflisləşməsi

Daimi və dəyişkən məsrəflərin ayrılması, xüsusilə müəssisənin sanasiyası və ya müflisləşmə elan edilməsi, ziyanlı fəaliyyət zamanı bağlanması barədə qərarın vaxtında qəbul edilməsi üçün zəruridir.

Əgər müəssisə iqtisadi mənfəət əldə edirsə və ya xərcləri heç

olmasa tam ödəyirsə, o, öz fəaliyyətini davam etdirir. Əgər müəssisə, heç olmasa, daimi xərcləri qismən də olsa ödəməmişdirsə, o, öz fəaliyyətini dayandıra bilməz, dünyada mövcud olan qanunvericilik üzrə isə yalnız müflislik elan edə bilər.

Müflisliyin elan edilməsinin ümumi qaydası: əgər məhsulun satışından əldə edilən gəlir müəssisənin dəyişkən xərclərindən azdırsa, o, müflisləşməni elan edir. Bu, əmlakın satışına və borcun gəlir məbləğindən daimi xərclərə görə ödənilməsinə səbəb olur. Bundan sonra firmanın qısamüddətli fəaliyyət müddəti uzun müddətli fəaliyyətə keçir. Sahibkar istehsalçının (müəssisənin) uzunmüddətli dövr üçün davranış nəzəriyyəsinin ümumi qaydasını əsas tutaraq yeni müqavilələr bağlamaq və yaxud bağlamaq barədə qərar qəbul etmək imkanına malikdir: məhsul satışından əldə edilən gəlir ümumi məsrəflərdən çox olduqda firma fəaliyyətini davam etdirir.

Qısamüddətli dövrdə zərər çəkmiş və onları minimuma endirmək istəyən müəssisə fəaliyyətinin dayandırılması haqqında qərar qəbul edə bilər, fəaliyyətin davam etdirilməsi zamanı o müddədən çıxış edir ki, müəssisə gəlir əldə edər və daimi xərcləri qismən ödəyə bilər, iş dayandırıldıqda isə belə imkan yox olur və ümumi xərclər daimi bərabər olacaqdır.

Gəlir, xərc və səmərəliliyin ümumi, orta və son hədd göstəriciləri

Firmanın fəaliyyətinin təhlili firmanın mənfəətlilik haqqında təsəvvür əldə etmək məqsədi ilə məhsul vahidinə məhsul qiyməti hesablanmasında xərclərin müqayisə edilməsini nəzərdə tutur.

Orta xərcləri (average costs, AC) istehsal həcminə (Quantity, Q) bölməklə əldə etmək olar. Bu prinsip üzrə orta xərclərin istənilən növləri hesablanır: orta daimi (average fixed costs, AFC) və orta dəyişkən (Average variable costs, AVC), həm də ümumi orta xərclər (average total costs, ATC).

Eyni zamanda, orta ümumi xərclər orta sabit və orta dəyişkən xərclərin cəmlənməsi ilə də hesablanır.

Bu üsulların hər ikisi aşağıdakı kimi təqdim edilə bilər:

$$ATC = (FC + VC) : Q = FC : Q + VC : Q = AFC + AVC.$$

İstehsal həcmnin artması ilə orta daimi, dəyişkən və ümumi xərclərin dinamikası

İstehsal həcmnin az olduğu halda, orta daimi xərclər yüksəkdir, lakin bu həcm artdıqca, orta daimi xərclər istehsalın həcmindən asılı olmayaraq sabit şəkildə azalır. İstehsal həcmi genişləndikcə daimi məsrəflərin daha az yükü istehsal olunan məhsulların vahidinə düşür.

Orta dəyişkən xərclər ilk növbədə azalır, sonra isə artmağa başlayır. Bu artım orta daimi məsrəflərin azalması ilə üst-üstə düşdükcə və ya tamamilə kompensasiya edildikcə, orta ümumi xərclər azalacaq, sonradan isə istehsal həcmi artdıqca onlar da artmağa başlayacaqlar. Beləliklə, orta ümumi məsrəflərin dinamikası orta dəyişkən məsrəflərin dinamikası ilə əhəmiyyətli dərəcədə müəyyən edilir.

Əgər şirkət istehsalın dəyişməz texnoloji səviyyəsində dəyişən resursun əlavə vahidlərini ardıcıl surətdə dəyişməz daimi resursa birləşdirmək yolu ilə istehsalın həcmi artırarsa, o zaman dəyişən resursun birləşdirilməsindən əldə olunan gəlir artmağa, sonra isə azalmağa başlayır. Bu, azalan məhsuldarlıq qanununun mahiyyətidir.

İstehsal həcmi artdıqca orta dəyişkən xərclərin ardıcıl azalması və daha da artması

Firma müəyyən nisbətdə davamlı və dəyişən istehsal amillərindən istifadə etməlidir. Belə bir nümunə göstərə bilərik. Əlverişli konyukturanı nəzərə alaraq, sahibkar bazara əlavə mal partiyasını daxil etmək qərarına gəlib. Buna mövcud avadanlıqda işləməklə, əlavə işçiləri qəbul edərək nail olmaq olar. Əlavə işçinin işə götürülməsi istehsalın həcmi artırır, lakin bu artım tədricən ləngiyəcək, sonra isə iş şəraitinin pisləşməsi ilə əlaqədar dayandırılacaqdır. İşçilərin əlavə işə götürülməsi məntiqli deyil. Əlverişli konyuktura şəraitində uzun müddət istehsalı artırmaq, eyni zamanda yalnız istifadə olunan əməyin deyil, həm də kapitalın miqyasını artırmaq olar.

Dəyişən resursun əlavə vahidinin dəyişilməz daimi məhsula qoşulması nəticəsində son məhsul (marginal product) istehsal

rin artması baş verir.

Bizim misalımızda avtomobil şirkəti nisbətən aşağı istehsal həcmələrində miqyasın müsbət effektinə, miqyasın daimi effektində orta istehsal həcmələrinə, yüksək istehsal həcmələrində isə miqyasın mənfi effektinə malikdir. Miqyasın müsbət effekti, məsələn, xüsusi əməliyyatların yerinə yetirilməsinə yönəldilən çoxlu sayda işçilərin yeni montaj xətlərinin istifadəsi ilə əlaqəli olmasıdır. Miqyasın mənfi effekti böyük bir şirkətin idarə edilməsinin mürəkkəbliyi, şişirdilmiş idarə heyəti ilə bağlı ola bilər.

İqtisadi səmərəlilik dedikdə, iqtisadi səmərənin bu səmərəni təmin edən resurslara olan münasibəti başa düşülür.

İstehsalın iqtisadi səmərəliliyi

İqtisadi səmərəliliyin səviyyəsi onun göstəricisinə kəmiyyət-cə qiymət verəcəkdir. Bu səviyyənin yüksək olması, daha çox effekt və bu effekti daha az resursların əmələ gətirməsindən asılıdır. Səmərəliliyin artırılması səmərənin qabaqlayıcı artmasını göstərir, lakin istehsal amillərinin xərcləri ilə müqayisədə, səmərə vahidinin xərclərinin azalması ilə müşayiət olunur.

Firmanın səviyyəsində istehsalın fəaliyyətinin son nəticəsi şirkətin məhsul satışından əldə etdiyi gəlirin ümumi həcmi ilə istehsal xərcləri arasındakı fərqə təşkil edən mənfəətdir.

Müəssisələrin və sahələrin ayrı-ayrı növlərinin məhsullarının istehsalının müqayisəli iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi üçün mənfəətin xərclərin həcminə olan faiz nisbətini təşkil edən *rentabellik səviyyəsinin* göstəricisi istifadə olunur. **Rentabellik səviyyəsi aşağıdakı düsturla hesablanır:**

$$R_s = (M : MD) \times 100\%;$$

Burada:

R_s - rentabellik səviyyəsi; **M** - mənfəət; **MD** - maya dəyəri.

Rentabellik səviyyəsinin iqtisadi məzmunu firmanın əldə etdiyi mənfəət dəyərinin xərc vahidinə uyğunlaşdırılması baxımından istehsalın səmərəliliyinin əks etdirilməsindən ibarətdir [28, səh. 46-58].

13.10. Təkmil rəqabət şəraitində firmanın davranışı

Bazar strukturlarının ən mühüm təsnifatına onların təkmil rəqabətli və qeyri-təkmil rəqabət bazarlarına bölünməsi aiddir. Bu təsnifatın əsas meyarı ayrı bir istehsalçının (satıcının) bazar qiymətinə təsirinin olmasıdır. Bazar iştirakçılarının heç biri bazar qiymətinə təsir etmək iqtidarında olmadıqda, bazar təkmil rəqabətli hesab olunur, əks halda, qeyri-təkmil rəqabət mövcuddur. Bazar qiymətinin təsir etmək imkanına inhisar hakimiyyəti malikdir [23, səh. 523-551].

13.10.1. Təkmil rəqabət bazarı və onun əlamətləri

Təkmil rəqabət bazarı elə bir bazardır ki, burada əsas iqtisadi subyektlərin (alıcıların və satıcıların) heç biri bazar qiymətinə təsir etmək iqtidarında deyil.

Bazar qiyməti müxtəlif amillərin təsiri altında dəyişə bilər: alıcının tələbi, inflyasiya, dəb və s. Bu dəyişikliyən ayrı-ayrı satıcının "pis niyyəti" ilə bağlı olmadığını necə müəyyənləşdirmək olar?

Təkmil rəqabətli bazar şəraitində ayrı-ayrı satıcının bazar qiymətinə təsirinin olmaması, aid olduğu konkret əlamətlərin mövcudluğu ilə müəyyən edilə bilər, bunlara aiddir:

- sonsuz sayda iştirakçı;
- malların mütləq eynicinsli olması;
- informasiyanın tamlığı;
- mütləq resurs mobilliyi;
- bütün iştirakçıların müstəqil olması.

Sonsuz sayda bazar iştirakçıları-məhsul bazarında çoxlu sayda satıcı və alıcının fəaliyyət göstərməsi deməkdir. Bununla yanaşı, onların hər biri bazar təklifinin və tələbinin ümumi həcmnin yalnız kiçik bir hissəsini həyata keçirir. Nə qədər çox iştirakçı (satıcılar və alıcılar) bazarda olursa, bazar həcminin daha az payını hər kəs həyata keçirir (satır və ya alır), onun bazar qiymətinə təsir etmək imkanı da bir o qədər azdır. İştirakçıların sonsuz sayı heç

bir real bazarda yoxdur, lakin elə sahələr (fond bazarı, valyuta bazarı, kənd təsərrüfatı bazarı və s.) var ki, orada onları "saymaq" kifayət qədər çətindir.

Malların mütləq eynicinsliliyi – malların real istehlak xüsusiyyətlərindən asılı olmayaraq, alıcının seçiminə təsir göstərə biləcək etiketlərin, markaların və digər keyfiyyət əlamətlərinin, bazar tələbinin və bazar qiymətinin artmasına gətirib çıxara biləcək keyfiyyət nişanlarının, markalarının və digər əlamətlərin olmamasını nəzərdə tutur. Bu əlamət malın təbii xassələrindən çox alıcı tərəfindən onun seçimi zamanı istənilən üstünlüklərin olmaması ilə müəyyən edilir. Görünür, bazarda bir çox yekcins məhsullar var: duz, şəkər, taxıl və digərləri. Lakin hətta bu halda alıcılarda satıcının ərazi vəziyyəti (evə yaxınlığı), vərdişi ("avtomatik" alışı), şəxsi simpatiyası (sevimli satıcı) və s. ilə şərtlənən üstünlüklər yaranır.

İnformasiyanın tamlığı o deməkdir ki, bütün bazar iştirakçıları bazar konyukturasından (tələb, təklif, qiymət həcmələrindən) yaxşı xəbərdardırlar. Bu, ayrı-ayrı satıcıya bazar qiymətini artırmağa imkan vermir, çünki onun məhsullarına tələbin azalmasına gətirib çıxaracaq. Aydınır ki, bu cür məlumatlılıq kifayət qədər problematiktir və real bazarların texniki təchizatı ilə bağlıdır. Bu halda internetin inkişafı informasiya-texnoloji imkanların genişləndirilməsinə zəmin yaradır, lakin onların hüdudsuz qalmasına imkan vermir. Hər hansı bir axtarış sisteminin istifadə edilməsi müəyyən xərclər tələb edir, bu isə tələb olunan məlumatların tamlığını və vaxtlı-vaxtında alınmasını azaldır.

Resursların mütləq mobilliyi bazara yeni perspektivli satıcıların daxil olmasına və bazardan son dərəcə zərərli firmaların çıxmasına mane olan hər hansı maneənin olmaması ilə bağlıdır. Maneələr qanunvericilik, texnoloji, maliyyə və digər xarakterli maneələrdən ibarətdir. Bazara sərbəst daxil olmaq və çıxmaq zəmanət verir ki, sahədə mövcud olan firmalar bu məhsulun qiymətinin artırılması barədə razılığa gəlməyəcəklər, çünki bu, bazara yeni istehsalçıları cəlb edəcək, təklifin həcmi genişləndirəcək və bazar qiymətinin aşağı düşməsinə gətirib çıxaracaq.

İştirakçıların müstəqil olması bütün bazar subyektlərinin

səmərəli fəaliyyət göstərdiyini və şəxsi maraqlarını güddüyünü nəzərdə tutur, buna görə də qiymət və satış həcmi haqqında sazişlər bağlamaq üçün birləşmələr, qısamüddətli iqtisadi mənfəət əldə etmək üçün xərcləri azaltmağa çalışırlar. Təkmil rəqabət bazarı mobil resurslardan istifadə edərək öz ekoist maraqlarını həyata keçirən mükəmməl bilik vəziyyətində olan alıcıların və satıcıların sonsuz sayda arasında tamamilə eynicinsli malların mübadiləsini nəzərdə tutur.

Yuxarıda deyilənlərdən belə görünür ki, təcrübədə təkmil rəqabətin əlamətlərindən heç birinin reallaşması mümkün deyil. Belə bir qanunauyğun sual yaranır: onları nə üçün öyrənmək lazımdır? Cavab aydındır, onu real bazarların müqayisə etdiyi etalon kimi istifadə etmək üçün və bu müqayisələrə əsasən onların "təkmil" dərəcəsi haqqında nəticələr verilir [23, səh. 523-551].

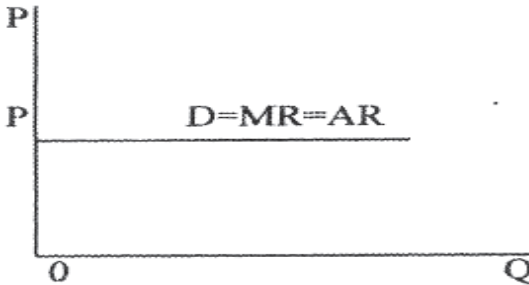
13.10.2. Təkmil rəqabətli firmanın məhsullarına tələb

Təkmil rəqabət bazarının başlıca meyarından və yuxarıda sadalanan bütün əlamətlərindən çıxış edərək, rəqabətli firma öz məhsullarının qiymətini bu, yəni istehsal etdiyi həcmdən asılı olmayan qiymət kimi qəbul edir. Əgər o qiyməti qaldırmaq istəyirsə, onda yuxarıda sadalanan bütün amillərə (çoxlu sayda satıcılar, malların mütləq eynicinsliliyi, informasiyanın tamlığı və s.) görə öz alıcılarını itirəcək, hansılar ki, istənilən başqa satıcıdan daha aşağı qiymətə əldə edəcəklər. Əgər təkmil rəqabətli şirkət qiyməti aşağı salmağa və bununla da satış həcmi artırmağa çalışsa, bu, eyni səbəblərdən əhəmiyyətli müsbət təsirə malik olmayacaq:

- bazar həcmi cüzi payı həmin satıcıya çoxlu sayda alıcıların diqqətini cəlb etməyə imkan verməyəcək;
- malın mütləq eynicinsli olması bu satıcıya aşağı qiymətə əlavə olaraq hər hansı bir üstünlükdən məhrum edəcək;
- məlumatın tamlığı digər satıcıların da alıcılarını itirmək istəməyən bu məhsulun qiymətini aşağı salma ehtimalı yüksək olacaq;
- heç bir maneənin olmaması yeni firmaların bazara girişinin

asanlığını (satış həcmlərinin genişləndirilməsi hesabına onun cəlb-ediciliyinin artması halında) və bazar tələbinin bir hissəsinin həmin satıcıdan "götürülməsini" təmin edəcək;

- bütün bazar iştirakçılarının rəasional davranışı yuxarıda göstərilən hərəkətləri motivasiya edəcəkdir.



Qrafik 13.10.2.1. Təkmil rəqabətli firmanın məhsullarına tələb

Burada: **P** - qiymət; **Q** - satış həcmi; **AR** - orta gəlir; **MR** - son hədd gəliri; **D** - tələb.

Təkmil rəqabət şəraitində fəaliyyət göstərən firma qiymət qərarlarını qəbul edə bilməz, o "qiyməti qəbul edəndir" və ya "price taker"dir [23, səh. 523-551].

Beləliklə, təkmil rəqabət şəraitində bu məhsulun bazar qiymətini üstələyən bazar tələbi ilə bazar təklifinin qarşılıqlı əlaqəsi yolu ilə müəyyən edilir. Ayrı-ayrılıqda götürülmüş təkmil rəqabətli şirkət bu məhsulun qiymətinə təsir edə bilməz, "qiymətin qəbul edilməsi" ("price taker") bazarından çıxış edir. Buna görə də, təkmil rəqabətli firmanın məhsullarına olan tələb tamamilə elastik xarakter daşıyır, tələb əyrisi isə üfüqi xətlə təqdim olunur (bax şəkilə). Bu o deməkdir ki, dəyişməz qiymətlə istənilən həcmdə məhsul istehsal etmək mümkündür. Çünki təkmil rəqabət şəraitində bazarda yeganə qiymət (bazar tələbi və təklifinə uyğun olaraq müəyyən edilən) üstünlük təşkil edir və ayrıca götürülmüş firma istənilən məhsul həcmi bu qiymətə sata bilər, tələb əyrisi onun üçün üfüqi olur.

Qiymət dəyişməz olduğundan, o aşağıdakı göstəricilərlə üst - üstə düşür:

- orta gəlir göstəricisi ilə $AR = TR; Q = P \cdot Q; Q = P;$
- son hədd göstəricisinin gəliri ilə $MR = \Delta TR; AQ = \Delta(P \cdot Q); AQ = P(\Delta Q); \Delta Q = P.$

13.10.3. Qısamüddətli dövrdə təkmil rəqabətli firmanın tarazlığı

Şirkətin qısamüddətli və uzunmüddətli dövrlərdəki tarazlığı fərqləndirilir. Qısamüddətli dövrdə təkmil rəqabətli firma ya mənfəətlə, ya da zərərlə işləyə bilər. Əgər firma gəlirlidirsə, deməli, ümumi gəlirlə ümumi xərclər, qiymətlə orta xərclər arasındakı fərq müsbətdir. Əgər firma ziyanla işləyirsə, bu fərq mənfə olacaq.

Qısamüddətli dövrdə iki əsas firma növləri mövcuddur: gəlirli (orta ümumi xərclərdən yuxarı qiymət) və zərərli (qiymət orta ümumi xərclərdən aşağıdır).

Aydın ki, hər hansı bir gəlirli firma mənfəəti maksimuma çatdırmağa çalışır, ziyanla işləyən firma isə zərərləri minimuma endirir. Bu və ya digər məqsədin həyata keçirilməsi tarazlıq vəziyyətinə nail olmaq deməkdir. Əsas məsələ mənfəətlə işləyən firmanın məhsul buraxılışının elə bir həcmi müəyyən etmək lazımdır ki, mənfəətin miqdarı daha böyük olsun və zərər halında ziyanın ən az miqdarı müəyyənləşdirilsin.

Buraxılış həcmi artması ilə ümumi gəlir və ümumi xərclər də artır. Lakin əgər təkmil rəqib məhsulunun əlavə vahidinin satışından əldə olunan gəlir dəyişməz və bərabər qiymət olaraq qalarsa, onda azalan məhsuldarlıq qanununa uyğun olaraq, son hədd xərcləri artır. Gəlir və xərclər arasındakı nisbət dəyişdikdə, ümumi mənfəətin və ya zərərin məbləği dəyişir.

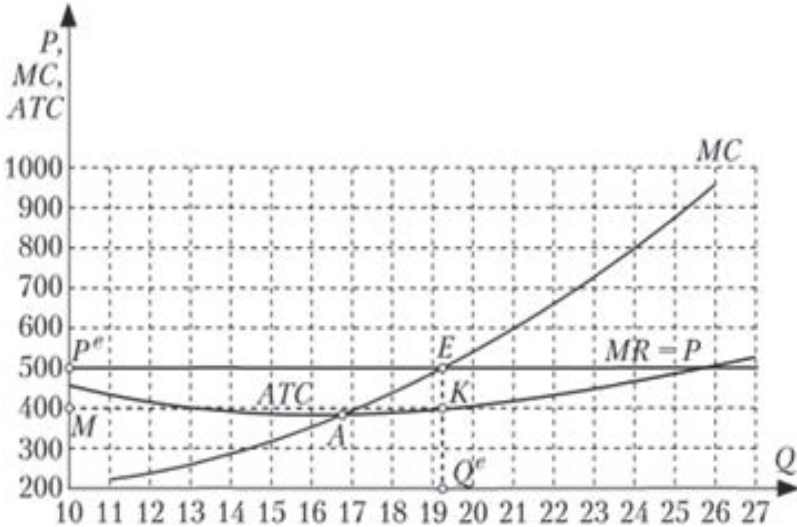
Təkmil rəqabətli firma həmişə məcmu gəliri maksimuma və ya buraxılış həcmində ümumi zərərləri minimuma endirir ki, bu zaman son hədd məsrəflər qiymətlə üst-üstə düşən gəlirə bərabərdir.

Son hədd gəliri son hədd xərclərdən ($MR > MC$) çox olsa da, hər bir əlavə məhsul vahidi gəlir gətirməklə ümumi mənfəəti artırır və ya ümumi itkiləri azaldır. Bu hallardan hər hansı birində istehsal davam etdirilməlidir. Maksimum gəlir həddini aşdıqdan sonra ($MC > MR$) hər bir əlavə məhsul vahidinin satışı ziyanlı olur, nəticədə ümumi mənfəətin həcmi azalır və ya ümumi zərərin miqdarı artır. Bu zaman istehsalı genişləndirmək məntiqli deyil.

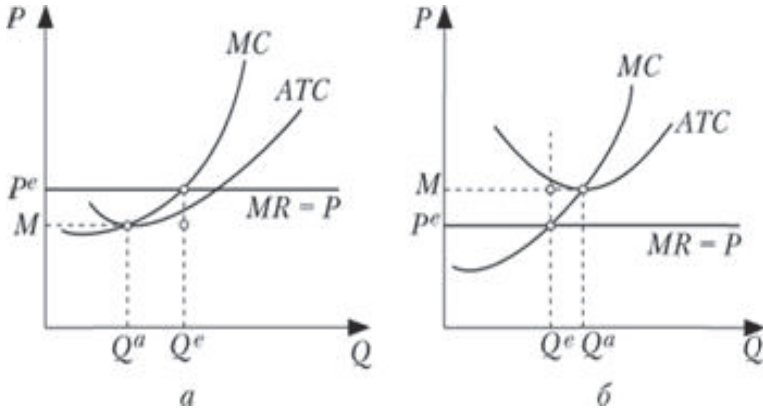
Son hədd gəlir və xərclər ($MR = MC$) bərabər olduqda əldə edilən son hədd mənfəətin sıfır dəyəri o deməkdir ki, həm ümumi mənfəətin artması və ya azalması, həm də ümumi zərərin azalması və ya artması yoxdur. Məhz bu halda ümumi mənfəətin həcmi daha böyük, zərərin məbləği isə daha az olacaq.

Qısamüddətli dövrdə həm gəlirlə, həm də ziyanla işləyən təkmil rəqabətli firmanın tarazlıq şərti son hədd məsrəflərin və gəlirlərin qiymətinə bərabər olmasıdır: $MC = MR (P)$.

Bu vəziyyəti qrafik olaraq təsvir edək (*qrafik 13.10.3.1*).



Qrafik 13.10.3.1. Qısamüddətli dövrdə mənfəəti maksimum dərəcədə artıran təkmil rəqabətli firmanın tarazlığı



Qrafik 13.10.3.2. Qısamüddətli dövrdə təkmil rəqabətli firmanın tarazlığı: *a*-mənfəəti maksimum həddə çatması; *b*-zərərin minimum həddə çatması

Mənfəət və ziyanla işləyən firmalar üçün tarazlıq vəziyyəti onunla fərqlənir ki, mənfəətlə işləyən firmanın tarazlıq qrafikində P qiymətinin xətti daha yüksək olur (**qrafik 13.10.3.2, a**), ziyanla işləyən firmanın tarazlıq qrafiki ATC orta məsrəflərinin xəttindən aşağıdadır (**qrafik 13.10.3.2, b**). Hər iki halda tarazlıq E nöqtəsidir, burada MC son hədd xərcləri və $MR = P$ qiyməti ilə üst-üstə düşən gəlirin həddi ayrıləri kəşisir. Bu nöqtə bərabərmiqdarslı Q istehsal həcmi müəyyən edir. Qiymətin (istənilən buraxılış həcmində eyni olan) və istehsalın bərabərmiqdarlı həcmi hasili bərabərmiqdarlı gəlir verir: $TR_e = P \cdot Q_e$. Qrafikdə bu göstərici OP_eEQ_e düzbucaqlının sahəsi ilə qeyd edilib. Ümumi gəlirə daxildir:

- ümumi xərcləri ($OMKQ_e$ düzbucaqlının sahəsi) + mənfəətlə işləyən firma üçün ümumi mənfəəti (MP_eK düzbucaqlının sahəsi);

- ziyanla işləyən firma üçün - ümumi xərclər ($OMKQ$ düzbucaqlının sahəsi çıxılıns ümumi zərərlər (MP_eK düzbucaqlının sahəsi).

Ümumi mənfəətin maksimum dərəcədə artırılması və ya ümumi zərərin minimuma endirilməsi tarazlıq vəziyyətini müəy-

yən edəcəkdir.

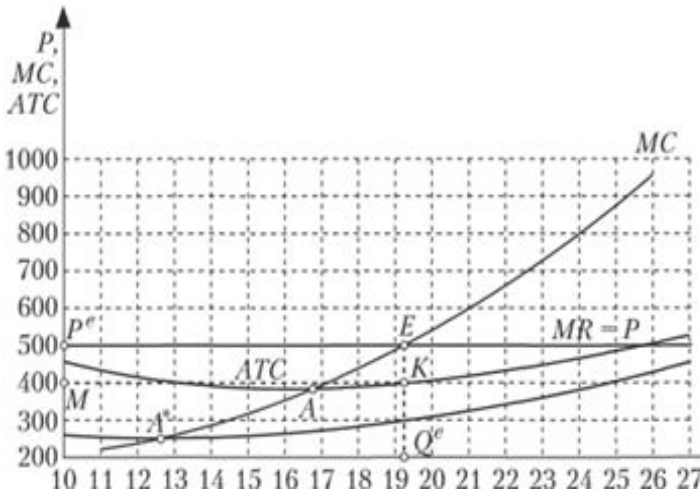
Son hədd və orta xərclər bərabər olduqda, yəni orta xərclərin A nöqtəsinin minimumunda, məhsul vahidinə hesablanmış mənfəət maksimum və ya minimum zərər olacaq. Bununla belə, istehsalçını maksimum vahid şəkildə deyil, məcmu mənfəət maraqlandırır, buna görə də istehsalçı Q" həcmində istehsalı dayandırmır, onu Qe nöqtəsinə qədər davam edir [23, səh. 523-551].

13.10.4. Qısamüddətli dövrdə firmanın təklifinin formalaşdırılması

Qısamüddətli dövrdə təkmil rəqabətli firma, konyukturanın dəyişmələrini hədəfləyərək dəyişkən xərcləri bağlayırsa (örtürsə), zərərli işləyə bilər. Məsələ bundadır ki, müəssisə özünü müflis elan etmədiyi və onun əmlakının ləğvi baş vermədiyi təqdirdə, daimi xərclər həmişə ödənilməlidir. Əks halda söhbət bağlanmaqdan yox, yalnız istehsalın dayandırılmasından gedir. Əgər bazar qiyməti firmaya qısamüddətli dövrdə mənfəət əldə etməyə imkan vermirsə, firma mənfəəti təmin edən səviyyəyə qalxana qədər ziyanla işləmək və ya istehsalın müvəqqəti dayandırılması arasında seçim edə bilər (*qrafik 13.10.4.1*). Buna görə də, əgər təkmil rəqabətli firma heç bir məhsul vahidi istehsal etməsə belə, o, hələ də icarə haqqını ödəməli və bazarda yerini saxlamaq üçün digər daimi xərcləri həyata keçirməlidir. Qısamüddətli dövrdə istehsalçı qarşısında seçim durur: ya müəyyən miqdarda məhsul istehsal etmək, ya da müvəqqəti olaraq öz istehsalını bağlamaq. Ən sərfəli alternativini seçmək üçün qiymət və orta dəyişkən məsrəfləri müqayisə etmək lazımdır.

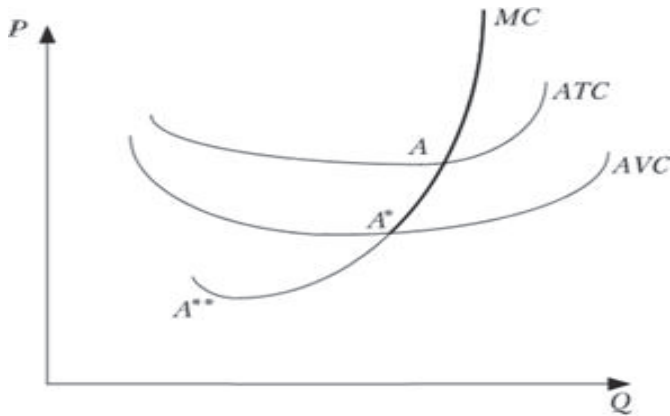
Əgər qiymət orta dəyişkən məsrəflərdən aşağıdırsa ($P < AVC$), daimi xərclər ümumiyyətlə ödənilmir, dəyişkən xərclər isə yalnız qismən ödənilir. Beləliklə, firma təkə icarə haqqını və başqa daimi ödənişləri deyil, həm də fəhlələrin əmək haqlarını və s. "cibindən" ödəməyə məcburdur. Əgər müəssisə daimi xərcləri (ən azı icarə haqqını) ödəmək iqtidarındadırsa, o, bazarda qala və istehsalın davam etdirilməsinə hazır ola bilər. Lakin belə vəziy-

yətin uzun müddət qalması mümkün deyil, ona görə də firma uzunmüddətli dövrdə bazardan çıxmağa məcbur olacaq. Orta dəyişkən xərclərin minimum nöqtəsi firmanın "bazardan qaçma" nöqtəsi adlanır. Əgər bazar qiyməti onun orta dəyişkən məsrəflərindən artıqdırsa və məcmu sabit xərclərin ödənilməsi üçün müəyyən gəlir əldə oluna bilərsə, təkmil rəqabətli firma həmişə qısamüddətli dövrdə ziyanla işləyən istehsalatı davam etdirə bilər. Əgər qiymət orta dəyişkən məsrəflərdən aşağı düşərsə, istehsalı dayandırmaq lazımdır.



Qrafik 13.10.4.1. Qısamüddətli dövrdə təkmil rəqabətli firmanın təklifinin formalaşdırılması nümunəsinin qrafik təsviri

Qrafikdə (**qrafik 13.10.4.2.**) rəqabətli firmanın qısamüddətli təklifinin əyrisi "firmanın bazardan qaçma nöqtəsi"nin (A^* nöqtəsi) yuxarısında duran son hədd məsrəflərin əyri hissəsi ilə üst-üstə düşəcəkdir. Eyni zamanda, ümumi xərclərin minimal göstəricisi (A nöqtəsi) firmanın "bazardan qaçış nöqtəsindən" təklif əyrisi üzərində yuxarıda yerləşəcək. Son hədd xərclərinin minimum göstəricisi (A^{**} nöqtəsi) isə A nöqtəsindən aşağıda olacaqdır.



Qrafik 13.10.4.2. *Təkmil rəqabətli firmanın təklifi*

Beləliklə, rəqabətli firmanın təklifinin qısa müddətli əyrisi mənfəəti maksimuma çatdırmaq və ya zərərləri minimuma endirmək üçün qiymətin hər bir göstəricisi üzrə firma tərəfindən təklif ediləcək istehsal həcmi göstərəcək. Bu prinsip bazar strukturunun istənilən növünə aiddir: təkmil rəqabətdən inhisara qədər.

Əgər qiymət məcmu orta məsrəflərin (A nöqtəsi) minimumundan yuxarı qalxacaqsa, firma mənfəəti maksimuma çatdıracaq. Qiymət bu minimumdan aşağı olarsa, şirkət zərərləri minimuma endirəcəkdir. Ümumi orta xərclərin qiymət bərabərliyi halında şirkət heç bir mənfəət və ya zərər görməyəcəkdir. Buna görə də ümumi orta xərclərin minimumunu "zərərsizlik nöqtəsi" adlandırırlar [23, səh. 523-551].

Fərdi firmaların məcmu təklifi sahə təklifinin ümumi həcmi ni müəyyən edəcəkdir. Bütün istehsalçılar tərəfindən bazarda hər bir qiymətə təklif olunan bu məhsulun tam həcmi nəzərdə tutulur. Bu zaman hər bir istehsalçının təklifinə ümumi amillərin məcmusu təsir göstərəcək: resursların qiyməti, texnologiyanın səviyyəsi, vergi qanunvericiliyi və s. Buna görə də istənilən növ firmanın qiymətinin istehsal həcmindən asılı olması prinsipi eyni olacaq.

13.10.5. Uzunmüddətli dövrdə təknil rəqabətli firmanın tarazlığı

Şirkət fəaliyyəti uzunmüddətli, eləcə də qısamüddətli dövrdə mənfəətin maksimuma çatdırılması vəzifəsindən irəli gəlir. Bunu həyata keçirmək üçün bütün amillər və ölçü dəyişə bilər. Müəyyən edilmiş qiymətdə onun gəliri o vaxta qədər artacaq ki, məhsulun hər bir əlavə vahidi əvvəlkindən daha ucuz başa gəlir. Bu halda müəssisənin ölçüləri və onunla bağlı məhsul həcmi artırıla bilər. Əks halda, bu ölçüləri və onunla bağlı məhsul həcmi azaltmaq lazım gələcəkdir. Buna görə də təknil rəqabətli firmanın uzunmüddətli tarazlığının, qısamüddətli olduğu kimi, ilkin şərti uzunmüddətli məsrəflərin nəzərdə tutulduğu fərqlə, qiymətin son hədd məsrəflərinin bərabərliyi (son hədd gəlir) olacaq: $LMC = MR(P)$.

Əgər şirkət qısamüddətli dövrdə həm mənfəət, həm də zərər-lə fəaliyyət göstərə bilərsə, uzunmüddətli ziyanla işləyən firma bazardan çıxmağa məcbur olacaq.

Uzunmüddətli dövrdə təknil rəqabətli bazar şəraitində fəaliyyət göstərən ziyanlı firmalar sahəni tərk etməyə məcburdurlar. Əgər bu sahənin firmaları iqtisadi mənfəət qazanırlarsa, bu sahəyə yeni firmalardan giriş motivi çıxır.

Lakin uzunmüddətli dövr bu sahədə yeni firmaların yaranmasına imkan verir. Beləliklə, uzunmüddətli dövrdə bazarda firmaların sayı həm azala (konyukturanın pisləşməsi zamanı), həm də arta bilər (konyukturanın yaxşılaşması zamanı). Bu zaman yeni firmaların qarşısında nə hüquqi, nə iqtisadi, nə də inzibati xarakterli maneələr durur. Bu, yalnız hər cür sövdələşmələrin yoxluğunu deyil, lisenziyaları, patentləri, resurs çatışmazlığını və s. nəzərdə tutur. Əgər müəssisə öz istehsalını dayandırmaq və yaxud digər regiona köçürmək istəyirsə, analoji olaraq onun bu sahədən çıxmaq yolunda maneələri olmur.

Ona görə də əgər firma gəlirlidirsə, onun istehsalı başqa müəssisələr üçün cəlbədidir. Bu məhsulun bazarına yeni firmalar gəlir və ödəniş qabiliyyətli tələbin bir hissəsini öz üzərlərinə çəkirlər. Təklif artır, rəqabət güclənir. Uğurlu satışı həyata keçir-

mək üçün bu müəssisə qiymətləri aşağı salmağa məcburdur, nəticədə mənfəət, rəqiblərin axını azalır. Qiymətlər xərclərdən aşağı düşərsə, firmalar zərər verməyə başlayacaq və sahəni tərk edəcəklər. Nəticədə rəqabət zəifləyəcək, təklif azalacaq və qiymətlər artacaq, deməli, firmalar mənfəət qazanmaq imkanı əldə edəcəklər.

Təkmil rəqabət şəraitində bazar qüvvələri qiyməti uzunmüddətli orta xərcləri minimuma endirən səviyyədə müəyyən edir. Belə bir qiymətə hər bir şirkət normal mənfəət qazanır, yeni firmaların bazara daxil olması üçün motivasiya yoxdur.

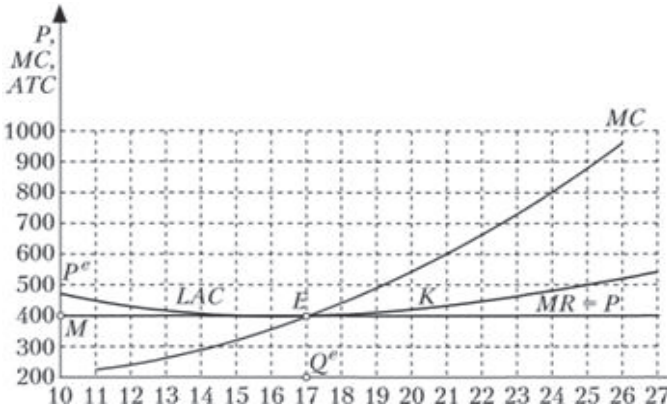
Bazara daxil olma və çıxma prosesi yalnız iqtisadi mənfəətin olmaması halında dayandırılacaq. Sıfır mənfəət əldə edən firmada "işdən" çıxmaq üçün heç bir stimula, digər firmaların ona daxil olmaq üçün isə heç bir marağı yoxdur.

İqtisadi mənfəət mövcud olmayacaq, o şərtlə qiymətlər minimum uzunmüddətli orta xərclərlə üst-üstə düşəcək, "limit" tipli firma kimi xüsusiyyətləri mövcud olacaq. Beləliklə, uzunmüddətli dövrdə firmanın tarazlığını müəyyən edən əsas şərt orta uzunmüddətli xərclərin minimal göstəricisinin qiymətə bərabərliyi hesab olunur, yəni $P = \min LAC$.

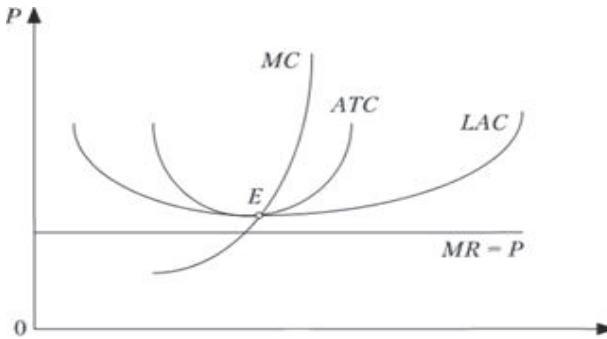
Qrafik olaraq, uzunmüddətli dövrdə təkmil rəqabətli firmanın tarazlığı qrafik olaraq *qrafik 13.10.5.1-də* təsvir edilib. Vacibdir ki, bu halda qısamüddətli tarazlıq şərti avtomatik olaraq nəzərə alınır, yəni qiymətin son hədd xərclərə bərabərliyi. Belə ki, istehsal müəssisəsinin müəyyən ölçüləri olduqda, firmanın istehsal həcmnin artırılmasına və ya azaldılmasına dair heç bir həvəsləndirici motivi yoxdur, müəyyən edilmiş miqdarda daimi xərclərin verilməsi şərti ilə. Eyni zamanda, müəssisənin ölçüsü optimaldır: şirkət uzunmüddətli orta xərclərin minimum göstəricisi ilə istehsal edir.

Təkmil rəqabətli firmanın uzunmüddətli tarazlığının qrafik təsviri, qısamüddətli və uzunmüddətli orta xərclərin ayrılması minimum göstəricilər nöqtələrində üst-üstə düşür və qiymət xətti ilə kəsişir (*qrafik 13.10.5.2.*).

Beləliklə, uzunmüddətli tarazlıq şərti aşağıdakılardan ibarətdir:



Qrafik 13.10.5.1. Uzunmüddətli dövrdə təkmil rəqabətli firmanın tarazlığı



Qrafik 13.10.5.2. Uzunmüddətli dövrdə təkmil rəqabətli firmanın tarazlığı

- qısamüddətli tarazlıq vəziyyəti: $MC = MR(P)$.
- miqyas effektinin optimallaşdırılmasına minimum göstəriciləri uzunmüddətli orta xərclər vasitəsi ilə nail olmaq: **LAC-min**.

Təkmil rəqabətli firmanın tarazlıq şəraitinin uzunmüddətli dövrdə həyata keçirilməsi bu bazar strukturunun effektivliyini müəyyən edir:

- alıcı üçün son hədd xərclərin müəyyən etdiyi bazar

qiymətinin ən aşağı səviyyəsi;

- resursların optimal bölgüsü, çünki tarazlı həcm minimum orta xərclərə uyğun gəlir [23, səh. 523-551].

Lakin alıcı üçün təkmil rəqabətli bazar nə qədər cəlbedici olsa da, onun praktikada tam həyata keçirilməsi mümkün deyil. Bundan əlavə, təkmil rəqabətli bazarın əhəmiyyətli bir çatışmazlığı var - müxtəlifliyin olmaması.

13.11. Qeyri-təkmil rəqabət şəraitində firmanın davranışı

Firmanın bazarda davranışına bazar strukturunun növü təsir edir, məhz ondan firmanın bazarda davranış modelinin seçimi, rəqabətin tamlığı və bütövlükdə bazarın inkişafının səmərəliliyi asılıdır. Bazar strukturunun növü malların bazar qiymətinə təsir etmək üçün ayrı-ayrı firmaların imkan dərəcəsi ilə müəyyən edilir. Bu imkan, öz növbəsində, bazarda rəqabət aparan firmaların sayı, bazara yeni rəqiblərin daxil olmasına məhdudiyətlərin olması, buraxılan məhsulun növü, bazar informasiyasının mövcudluğu və tamlığı ilə müəyyən edilir.

Müasir iqtisadiyyatda sərbəst və ya təkmil rəqabətli bazarı tapmaq praktiki olaraq mümkün deyil. Real olaraq mövcud bazarlar qeyri-təkmil rəqabət şəraitində fəaliyyət göstərir. Bundan sonra qeyri-təkmil rəqabət bazarının ümumi xarakteristikasını və strukturlarının fəaliyyətinin xüsusiyyətlərini nəzərdən keçirəcəyik: təmiz inhisarçılıq, oliqopoliya və inhisarçılıq rəqabəti.

Real iqtisadiyyatda rəqabətin mütləq, məhdud olmayan bazarını tapmaq praktiki olaraq mümkün deyil. Beləliklə, azad bazar bu və ya digər real bazarın təkmil rəqabəti şəraitinə nə dərəcədə uyğun olduğunu müəyyənləşdirməyə imkan verən model kimi nəzərdən keçirilir.

Qeyri-təkmil rəqabət nəzəriyyəsinin inkişafına ingilis iqtisadçısı *Coan Vayolet Robinson* (1903-1983) və amerikalı iqtisadçı *Edvard Çemberlen* (1899-1967) böyük töhfə vermişlər. 1933-cü ildə Coan Robinsonun "Qeyri-təkmil rəqabət nəzəriyyəsi"

əsəri nəşr olundu və demək olar ki, eyni zamanda başqa qitədə, ABŞ-da Edvard Çemberlinin "İnhisarçı rəqabət nəzəriyyəsi" işi dərc edildi. İşlərdə tədqiq olunan məsələlərin oxşarlığına baxmayaraq, tədqiqatların əsas fərqi bir hadisə kimi təkmil rəqabətin qiymətləndirilməsidir. Robinson qeyri-təkmil rəqabəti bazar mexanizminin qeyri-təkmil olması, Çemberlin bazar iqtisadiyyatına xas olan bir hadisə kimi qiymətləndirirdi.

Rəqabət məhdudiyətləri. Mövcud təsərrüfat reallıqları bir çox istiqamətlər üzrə təkmil rəqabətin şərtləri ilə üst-üstə düşür. Belə məhdudiyətlər giriş və çıxış maneələri (sahəyə) kimi müəyyən edilir. Onların arasında aşağıdakıları qeyd etmək lazımdır:

- yeni kapital bazarına girişi məhdudlaşdıran maneələr;
- iqtisadi resursların mobilliyinə (hərəkətliliyinə) mane olan maneələr;
- bazar informasiyasının qeyri-tamлығы;
- diferensial məhsullara istehsal oriyentasiyası;
- rəqabət iştirakçılarının qarşılıqlı asılılığı.

Yeni firmaların bazara daxil olmasının məhdudluğu bir çox səbəblərdən yarana bilər. Bunlardan ən çox rast gəlinənləri aşağıdakılardır:

- yeni firmaların güclü rəqiblərin bazarda artıq fəaliyyət göstərdiyi zaman bazara daxil olmasının çətinliyi. Yeni firmalara bazara giriş o zaman çətin ola bilər ki, bazarda çoxdan işləyən firmalar miqyasın müsbət effektindən istifadə etsinlər. Bu zaman istehsal həcmının artımı orta məsrəflərə qənaətlə müşayiət olunur ki, bu da istehsalçılara məhsulun qiymətini aşağı salmağa imkan verir. Bu halda bazarda yeni firmalar rəqabət qabiliyyətini təmin etmək üçün qısa müddət ərzində böyük istehsal həcminə, yəni əvvəlcədən avanslaşdırılan kapitalın əhəmiyyətli həcminə və ixtisaslı menecmentə malik olmalıdırlar ki, bu da başlanğıc mövqelərində bazarı təmin etmək çox çətinidir;

- yeni firmaların qeydiyyatı zamanı dövlətin tətbiq etdiyi inzibati məhdudiyətlər, habelə bu və ya digər fəaliyyət növlərinin həyata keçirilməsinə əlavə tələblər irəli sürməklə. Məsələn, müəy-

yən fəaliyyət növlərinin lisenziyalaşdırılması tələblərinin həddindən artıq sərtləşdirilməsi və məhsulun sertifikatlaşdırılması prosedurunun mürəkkəbliyi də mümkündür. Bu cür tədbirlər istehlakçıları bazarda keyfiyyətsiz məhsulların nüfuzundan qorumaq üçün tez-tez dövlət tərəfindən həyata keçirilir.

İqtisadi resursların mobilliyinin maneələri onların (əməyin, torpağın və kapitalın) sərbəst hərəkətinə mane olan və konservasiya edən sektor və sahə bağlamaları ilə əlaqəli ola bilər.

Belə ki, dövlət resurslara girişin məhdudlaşdırılmasını yarada, bu və ya digər fəaliyyət növünə inhisarı qoya bilər. Məsələn, hazırda Rusiyada qızıl hasilatı üzrə dövlət inhisarı fəaliyyət göstərir.

Yeni kapital bazarına daxil olmağa maneələri öz aralarında bazara təsiri bölüşən firmalar yarada bilər. Bazarın kriminallaşması şəraitində yeni rəqibin güc metodları ilə birbaşa sıxışdırılması mümkündür. Şübhəsiz ki, bu cür hərəkətlər hüquqa zidd xarakter daşıyır, azad rəqabət mexanizmini dağıdır.

Bazar informasiyasının (yəni tələb, qiymət, istehlakçı və investorların gözləmələri, rəqiblərin hərəkətləri və s. haqqında informasiya) ***natamam olması*** daha səmərəli iqtisadi qərarların qəbul edilməsi prosesi və nəticədə bazar təsərrüfatının özünü təşkil etməsi prosesi çətinləşir.

Bazar informasiyasının düzgünlüyü, genişliyi və keyfiyyət səviyyəsi bir çox hallarda bazar infrastrukturunun inkişafından, müasir rabitə vasitələrinin əlçatanlığından və yayılmasından asılıdır.

Eyni zamanda, bazar şəraitində kommersiya sirri ilə bağlı informasiyanı gizlətmək, potensial rəqiblərin dezinformasiyası mümkündür, bununla da, adətən, dövlət mübarizə aparır. İnformasiya sahəsinin bu cür təhrifləri bazar subyektlərinin davranışına əhəmiyyətli təsir göstərən, onları mükəmməl rəqabət bazarına adekvat olan təsərrüfat qərarlarından kənarlaşdıran reallıqlardır.

Diferensial məhsulların buraxılması - rəqabətli mühitin yeni vəziyyətinin yaranması, bazarların "doyma", onların sıxlaşdırılması ilə bağlıdır. Belə bir şəraitdə malları satmaq çox çətindir, buna görə də satıcılar keyfiyyət rəqabəti ilə bazarın fəth edilməsi

strategiyasını seçirlər. Rəqabətin yeni səviyyəsi bazarı diferensiallaşdırır, orada çoxsahəli məhsul çeşidini və çeşidliliyin səpilməsini, analogi həllərin dizaynında əhəmiyyətli fərqləri, ticarət markalarının, brendlərin fəaliyyəti, yəni diferensiallaşdırılmış məhsulun bolluğunu təqdim edir.

Təkmil rəqabət şəraitində eyni adlı standart məhsulların mütləq eynicinsli olması mövcuddur. Bu günün real iqtisadiyyatında isə müəssisələr, adətən, həm eynicinsli (polad və ya sement kimi), həm də diferensiallaşdırılmış məhsullar, yəni onu digər firmaların məhsullarından fərqləndirən xüsusiyyətlərə malik məhsulları (məsələn, "Mercedes" markalı avtomobil komfort, prestij və qiymət baxımından Rusiyanın "Lada" avtomobilindən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir) istehsal edirlər.

Firmalar öz məhsullarını başqa istehsalçıların məhsullarından birtəhər ayırmağa, fərqləndirməyə çalışaraq ticarət markalarından, etiketlərdən istifadə edirlər, istehsalçılar məhsulun rəngarəng qablaşdırılmasını seçirlər, öz məhsullarına pulsuz təminat xidməti kimi əlavə xidmətlər göstərirlər.

Məhsulun fərqləndirilməsi alıcıların tələbatının daha tam ödənilməsinə imkan yaradır, amma eyni zamanda yeni firmaların məhsullarını əvvəlcədən sərfəli olmayan vəziyyətdə qoyurlar, çünki digər bərabər şərtlər altında istehlakçı tanınmış firmanın məhsullarına üstünlük verəcəkdir.

Rəqabət iştirakçılarının qarşılıqlı asılılığı firmaların bazarda hərəkətlərinin razılaşdırılması üçün şərait yaradır. Bu halda, firmalar yalnız qiymətləri sabitləşdirməyə deyil, həm də rəqib firmaların bazar paylarını bölüşdürmə riskini azaltmağa imkan verən birgə qiymət strategiyaları hazırlamaq imkanı əldə edirlər. Bu, şübhəsiz ki, istehlakçıların maraqlarına ziddir və onları qiymətlərin aşağı düşməsi, həmçinin buraxılan məhsulun istehlak xassələrinin yaxşılaşmasına gətirib çıxaran digər strategiyalar daha çox razı sala bilərlər.

Rəqabət iştirakçılarının qarşılıqlı asılılığını doğuran mikroiq-tisadi mühitin yeni keyfiyyəti bazar subyektlərinin sayının azal-

ması ilə bağlıdır ki, bu da istehsalın müxtəlif birləşmələr hesabına iriləşdirilməsinin, həmçinin zəif istehsalçıları sıxışdıran rəqabətin nəticəsidir.

Təkmil rəqabət şəraitində bazarda çoxlu sayda kiçik firmalar fəaliyyət göstərir, ayrı-ayrı firmaların təklifin ümumi həcminə töhfəsi o qədər də böyük deyil və firmaların heç biri bazar qiymətlərinin səviyyəsinə təsir etmək imkanına malik deyil, çünki onların qiymətlərin artırılması və ya aşağı salınması ilə bağlı istənilən qərarı bazar tarazlığının qiymətinə təsir göstərmir. Real iqtisadiyyatda isə bazarda firmaların sayı böyük olmaya bilər, bazanın böyük hissəsi isə bir neçə iri firma tərəfindən xidmət edir. Bazar subyektlərinin sayının azaldılması rəqiblərin davranışlarını izləmək və onların arasında müxtəlif növ razılaşmaların reallığına gətirib çıxarır.

Bazar strukturlarının növləri

Qeyri-təkmil rəqabətin bazar strukturları yekcins deyil və üç tipdən ibarətdir:

- ***təmiz inhisarın bazar strukturu;***
- ***olixopolianın bazar strukturu;***
- ***inhisarçı rəqabətin bazar strukturu.***

Qeyri-təkmil rəqabətin bütün bazar strukturlarında firma bu və ya digər dərəcədə bazar qiymətinə təsir edə bilər. Təkmil rəqabətin şərtlərinə uyğun gəlməyən bazar strukturları qeyri-təkmil rəqabətin bazar strukturları adlandırılır.

Təkmil rəqabətin əks tərəfi təmiz inhisarçılığın bazar strukturu

İnhisarçılıq şəraitində firma yaxın əvəzediciləri olmayan bu məhsulun yeganə satıcısıdır. Bir qayda olaraq, təmiz inhisarçılıq zamanı sahəyə daxil olmaq üçün qarşısını almaz maneələr mövcuddur. Tək satıcı kimi inhisarçılıq istehlakçıları ən yaxşı satış şərtləri ilə satıcı seçmək imkanlarından məhrum edir.

İnhisar bazasının müxtəlifliyi ***monopsoniyadır***, inhisarçı rolunda alıcı çıxış edir (yəni bir çox satıcı və yalnız bir alıcı var). Məsələn, hərbi texnikanın istehsalı ilə bir neçə müstəqil müəssisə

məşğul ola bilər. Bu halda satıcı ən yaxşı alıcı seçmək imkanına malik deyil. Bundan başqa, ticarət sövdələşməsinin hər bir subyekti həm satıcı, həm də alıcı - inhisarçı olduqda **ikitarəfli inhisarçılıq** da mövcud ola bilər.

Qeyri-təkmil rəqabət bazarına bazarın əsas satışının payına düşən bir neçə satıcı firmanın mövcudluğu ilə xarakterizə olunan **oliqopolianın bazar strukturu** aiddir. Bu bazarın özəyi 3-6 böyük firmadır. Məhdud sayda bazar iştirakçılarını strateji qərarların qəbulunda qarşılıqlı asılılığa gətirib çıxarır. Hər bir firma rəqiblərin cavab hərəkətlərini nəzərə alaraq strategiya həyata keçirir. Bu halda rəqabət addımları məhsulun qiyməti ilə bağlı qərarları da daxil edən vəziyyət çoxvariantlı strateji planlaşdırma əsasında ciddi şəkildə hesablanır. Yeni firmaların bu bazarda sahəyə daxil olması, bir qayda olaraq, çətindir. Onlar üçün təbii maneələr bazarda fəaliyyət göstərən firmaların yüksək rəqabət səviyyəsi, eləcə də yeni firmaların bu bazar üçün zəruri olan böyük istehsal miqyasına çıxmasının çətinlikləri olur. Oliqopoliya bazarının tipik nümunələri dəzgahların, avadanlığın, avtomobillərin, məişət texnikasının istehsalı kimi sahələrdir.

Bu sahədə yalnız iki şirkətin fəaliyyət göstərdiyi, **duopoliya** adı almış oliqopoliya halı da mümkündür.

Qeyri-təkmil rəqabət bazarının növbəti növü **inhisarçı rəqabət bazarıdır** – kifayət qədər çoxlu sayda firmanın müxtəlif çeşidli (diferensiaslaşdırılmış) məhsulları təklif etdiyi bazar növüdür. Oxşar bazar, qarşılıqlı əvəzolunmazlığı qoruyarkən onları daha çox və ya daha az unikal edən malların keyfiyyəti, görünüşü və ya digər xüsusiyyətləri ilə fərqləri göstərir.

İnhisarçı rəqabət bazarında çoxlu sayda kiçik və orta firmalar mövcuddur, bu bazar subyektlərinin tipik strategiyası məhsulların keyfiyyətinin təkmilləşdirilməsi hesabına alıcıları cəlb etməkdən ibarətdir. Miqyasın müsbət effekti böyük göstəriciyə çatmır, ona görə də bu bazara daxil olmaq xüsusi iri kapital tələb etmir. İnhisarçı rəqabət bazarı üçün başqa məsələ vacibdir, diferensiaslaşdırılmış əmtəənin təqdim edilməsi. Buna görə də, burada

istehsal üçün maliyyə məhdudiyyətləri üstünlük təşkil etmir. Bazara giriş və ondan çıxış nisbətən azaddır. İnhisarçı rəqabət bazarının tipik nümunələri geyim, ayaqqabı istehsalı, inhisarçı rəqabətin geniş yayılması bir çox kiçik və orta firmaların diferensiaslaşdırılmış məhsullar təklif etdiyi xidmət sahəsinə xasdır.

Qeyri-təkmil rəqabət bazar strukturlarının ümumi xüsusiyyətləri

Qeyri-təkmil rəqabətin hər bir bazar strukturu təmiz inhisarçılıq, oliqopoliya və inhisarçı rəqabət - yalnız bu tip bazar strukturu xas olan xüsusiyyətlərə malikdir. Ancaq onları birləşdirən ümumi əlamətlər: firmanın məhsul istehsalının artması ilə qiymətlərin aşağı salınması, firmanın məhsullarına olan tələbin azalması əyrisi ilə uyğun gəlir.

1. Son hədd gəliri, ilk istehsal olunan məhsul vahid istisna olmaqla, hər hansı bir məhsulun istənilən həcmi üçün məhsul vahidinin qiymətindən aşağı olur ($Mr < P$).

2. Təkmil rəqabətlə müqayisədə qeyri-təkmil rəqabət şəraitində firmanın istehsal həcminin bərabərsizliyi.

3. Firmanın tarazlıq şəraitinin dəyişməsi: qeyri-təkmil rəqabət şəraitində firmaya məhsulları rəqabətli bazarda olduğundan daha yüksək qiymətlərlə satmaq sərfəli olur.

4. İnhisar hakimiyyətinin mövcudluğu, yəni məhsulun vahid qiymətinin orta istehsal xərclərindən ($P > AC$) yuxarı göstərici ilə müəyyən edilməsi imkanı.

5. Qiymət ayırı-seçkiliyinin mövcudluğu, yəni satıcının müxtəlif alıcı qruplarına eyni məhsullar üçün müxtəlif qiymətləri qurmaq imkanları.

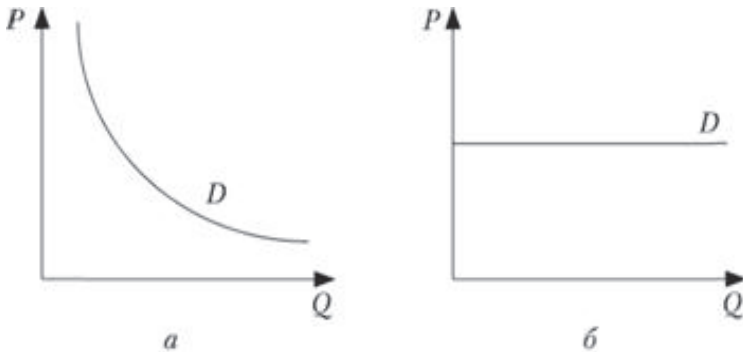
Qeyri-təkmil rəqabətin bazarlarının xarakterik xüsusiyyətlərini daha ətraflı nəzərdən keçirək.

Firmanın məhsullarına azalan tələb əyrisi

Bu əyri firmanın istehsal həcmının artması hesabına əlavə gəlir əldə etmək imkanı ilə izah olunur. Bazarın həddindən artıq dolması şəraitində əlavə məhsullar yalnız onun qiyməti aşağı düşdükdə satıla bilər. Buna görə də, tələb əyrisi azalan xarakter

daşıyır, firmanın məhsullarına olan tələb tamamilə elastik deyil, yəni qiymətlərin artması ilə əmtəyə olan tələb azalır, qiymətlər azaldıqda isə artır (*qrafik 13.11.1, a*).

Təkmil rəqabət şəraitində firmanın bazar təklifinin ümumi həcmində xüsusi çəkisi çox azdır, buraxılan məhsullar yekcinsdir və firmanın əmtənin bazar qiymətinə təsir etmək imkanı yoxdur. Təkmil rəqabət şəraitində firmanın məhsullarına tələb tamamilə elastikdir (*qrafik 13.11.1, b*), yəni bazar qiyməti ayrı bir firmanın istehsal həcmində artması və ya azalması ilə dəyişmir.



Qrafik 13.11.1. Qeyri-təkmil (a) və təkmil (b) rəqabət şəraitlərində firmanın məhsullarına tələb

Burada: **P**-mal vahidinin qiyməti; **Q**-malın miqdarı; **D**-əmtəyə olan tələb.

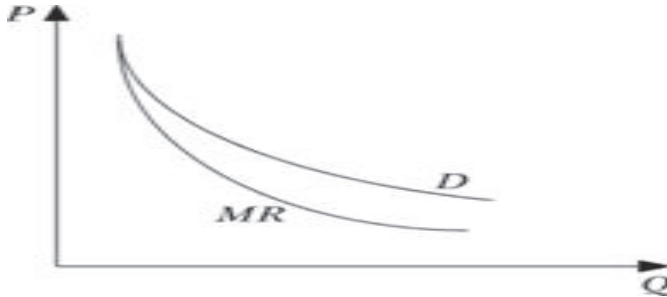
Beləliklə, əgər təkmil rəqabət şəraitində firmanın məhsullarına tələb meyarı firmanın məhsullarına tam elastik tələbin olması ilə bağlıdırsa, onda qeyri-təkmil rəqabət meyarı tamamilə fərqlidir. Bu, firmanın məhsullarına tələbin azalması, məhsulun buraxılışının artması ilə bağlıdır. Deyilənlər firmanın məhsullarına azalan tələb əyrisinə uyğun gəlir.

Firmanın məhsullarına olan tələb əyrisinin əyilmə bucağı (tələbin elastikliyi) bazarda firmaların sayından, məhsulun unikallığından və ya fərqləndirmə dərəcəsindən asılıdır. Tələb əyrisinin ən şaquli meyilli təmiz inhisarçılıq üçün səciyyəvidir, bir qədər az meyil oliqopoliya üçün xarakterikdir, daha kiçik əyilmə inhisarçı-

lıq rəqabəti üçündür, halbuki təkml rəqabətə görə firmanın məhsullarına olan tələb əyrisinin meylinin olmaması səciyyəvidir.

Son hədd gəliri məhsul vahidinin qiymətindən azdır

Son hədd gəliri, ilk buraxılan vahid istisna olmaqla, hər hansı bir məhsul həcmi məhsul vahidinin qiymətindən az olur ($MR < P$). Qeyri-təkml rəqabət şəraitində, tələb əyrisi mənfi meyli (yəni azalan tələb əyrisi ilə üzləşirik) var. Bu halda istehsal həcm-lərinin artması ilə son hədd gəliri (yəni, firma tərəfindən məhsulun hər bir əlavə vahidi üçün əldə edilən gəlir) istehsal həcmnin artması ilə onun qiymətinin azalmasından daha sürətli azalacaq (*qrafik 13.11.2*).



Qrafik 13.11.2. *İstehsal həcm-lərinin artması ilə məhsul vahidinin qiymə-tinin azalması ilə müqayisədə firmanın son hədd gəlirlərinin sürətlə azal-ması*

Burada: **D** - firmanın məhsullarına olan tələbə uyğun istehsal həcmi; **MR**-son hədd gəliri; **P**-məhsulun vahidinin qiyməti; **Q**-məhsulun miqdarı.

Təkml rəqabətlə müqayisədə qeyri-təkml rəqabət şərai-tində firmanın istehsal həcmnin bərabərsizliyi.

Qeyri-təkml rəqabət şəraitində firma nəinki istehsalın optimal həcmi müəyyən edə bilər, belə ki, firma təkml rəqabət şəraitində bunu edir, həm də istehsal olunan malın bazar qiymətinə təsir edir.

Təkml rəqabət şəraitində firmanın bazarda payı əhəmiyyət-sizdir (1%-dən az) və buna görə də o bazar qiymətinə təsir edə

bilməz, onu məlumat kimi qəbul edir, yəni bazarda qiymətin qəbul edicisi kimi çıxış edir. Tamamilə başqa bir vəziyyətdə inhisarçı olur. O, bazarda o qədər böyük istehsal həcminə malik olan yeganə satıcıdır ki, bütün sahə tələbini təmin etmək iqtidarındadır. Bu şərtlərdə şirkət qiymət axtarışına çevrilir, yəni yalnız istehsal həcmi müəyyən etmək, həm də ən böyük mənfəət kütləsinə uyğun olan qiyməti təyin edə bilər. Lakin bazarda rəqabət nə qədər çox olsa, firmanın bazar qiymətinə təsir etməsi daha çətinləşir.

Təkmil rəqabət şəraitində olduğu kimi, firma üçün optimal istehsal həcmi son hədd gəlir və məsrəflərin ($MR = MC$) bərabərliyi nöqtəsində əldə edilir, lakin əgər təkmil rəqabət şəraitində qiymət son hədd gəlirinə bərabərsə ($P = MR$), qeyri-təkmil rəqabət şəraitində son hədd gəlir məhsul vahidinin ($MR < P$) qiymətindən aşağı olur. Buna görə, əgər təkmil rəqabətli bazar şəraitində firmanın tarazlığı son hədd gəlirin bərabər olduğu nöqtədə məhsul vahidinin ($P = MR = MC$) son hədd xərclərinin və qiymətinin bərabər olduğu nöqtədə olursa, onda mənfəətin maksimumlaşdırılmasında qeyri-təkmil rəqabət şəraitində firma elə istehsal həcmi həyata keçirir ki, bu zaman son hədd gəlirin və məsrəflərin bərabərliyi təkmil rəqabətin şərtləri ilə müqayisədə daha yüksək qiymətə əldə edilir ($P > MR = MC$).

Beləliklə, qeyri-təkmil rəqabət şəraitində tarazlıq düsturunu aşağıdakı kimi qeyd edə bilərik: $P > MR = MC$

Bu düstur inhisarçı firmanın elə bir istehsal həcmi və qiymətin seçdiyi vəziyyəti xarakterizə edir ki, bu zaman daha çox mənfəət əldə etmək mümkündür. Eyni zamanda, təkmil rəqabət şəraitində şirkət həmişə təkmil rəqabət üçün mövcud olmayan iqtisadi mənfəət əldə etməyə çalışır. Buna görə də qeyri - təkmil rəqabət şəraitində firma üçün optimal qiymət və orta məsrəflər nisbəti məhsul vahidinin qiymətinin bu məhsul vahidinin (orta məsrəflər) istehsalı üzrə məsrəflərdən ($P > AC$) artıq olmalıdır ki, bu da firmanın iqtisadi mənfəət əldə etməsinin mümkünlüyünü göstərir.

Belə tarazlığın əldə edilməsi istənilən firma üçün qeyri-təkmil rəqabət şəraitində üstünlük təşkil edir, istər təmiz inhisarçılıq, oliqopoliya və ya inhisarçı rəqib olsun. Lakin inhisarçılıq şəra-

itində uzunmüddətli iqtisadi mənfəətin əldə edilməsi bazarda rəqabətin olmaması səbəbindən daha çox ehtimal olunur. Əgər bazarda rəqabət hələ də mövcuddursa (olliqopoliya və inhisarçılıq rəqabəti olduğu halda), uzunmüddətli iqtisadi mənfəət ixtisar olunma tendensiyasına malikdir.

İnhisarçı hakimiyyəti

Qeyri-təkmil rəqabət bazarlarında hər bir firma bu və ya digər dərəcədə inhisar gücünə malik ola bilər. Bununla yanaşı, şirkət orta qiymətdən yuxarı qiymət təyin etməyə çalışır ki, bu da firmaya iqtisadi mənfəət əldə etməyə imkan verir. Ancaq inhisarçı hakimiyyəti daha çox təmiz (xalis) inhisarda özünü göstərir.

İnhisarçı hakimiyyəti şirkətin əmtəənin bazar qiymətinə təsir etmək imkanına malik olduğu vəziyyəti, bu qiyməti artırmaqla xarakterizə edir.

Qiymət qaldırmaq imkanı aşağıdakı məsələlərdən asılıdır:

- bazarda firmaların sayı və bazara yeni rəqiblərin daxil olma imkanları;

- məhsula tələbin elastikliyi.

Bazarda satıcıların sayı minimaldırsa, satıcı alıcıları itirməkdən çox qorxmur, buna görə də qiyməti qaldıra bilər. Mallar üçün qeyri-elastik tələb olduqda, alıcı malları bahalaşdıqda da almağa məcburdur (bu, ilkin tələbat mallarına aiddir). İnhisarçı belə istehlakçının düşdüyü çıxılmaz vəziyyəti nəzərə alır və bir qayda olaraq, qiymət səviyyəsini qaldırır.

Müxtəlif bazarlar inhisarçı hakimiyyətinin müxtəlif təzyiqlik dərəcəsinə malikdirlər. Bu vəziyyət onun ölçülməsini tələb edir. İnhisarçı hakimiyyətinin bir neçə göstəricisi var. Bunlardan ən çox yayılmışları **Lerner (İ_l)** və **Herfindal - Hirsşman (İ_{hh})** indeksləridir.

A.P.Lerner inhisarçı hakimiyyətin aşağıdakı göstəricisini təklif etdi: $\dot{I}_l = ((P - MC) : P) \cdot 1/E$;

Burada: \dot{I}_l - Lerner indeksi; **P** - qiymət; **MC** - son hədd xərcləri; **E** - məhsullara tələbin qiymət elastikliyi.

Təkmil rəqabət bazarında qiymət məhdud xərclərə (**P=MC**) bərabər olduğundan, \dot{I}_l 0-a bərabərdir (firma inhisarçı hakimiyyətə malik deyil).

Qeyri-təkmil rəqabət bazarlarında firma qiyməti son hədd xərcləri üstələyən səviyyəsində müəyyən edir: (P-MC) > 0.

Qiymətin son hədd xərclər üzərində çox olması firmada inhisarçı hakimiyyətinin mövcudluğunu xarakterizə edir və I_1 müsbət göstəricisi nə qədər yüksəkdirsə, məhsul vahidinin qiyməti ilə onun istehsalına qoyulan son hədd məsrəflər arasındakı fərq o qədər çoxdur. Deməli, bazarda firma bir o qədər çox inhisar gücünə malikdir. Lakin malın qiymətinin tələb elastikliyi nə qədər az olsa ($E > 1$), firmanın mal qiymətini qaldırmaq imkanı o qədər böyükdür və inhisarçı hakimiyyətinin göstəricisi daha yüksəkdir ($I_1 > 1$).

Herfindal-Hirşman indeksi inhisarçı hakimiyyətin bazarın konsentrasiyasının dərəcəsiindən asılı olduğunu göstərir. Firma nə qədər böyük bazar payı tutursa, onun üzərində hakimiyyət bir o qədər yüksəkdir. Buna əsaslanaraq bazarda fəaliyyət göstərən bütün firmalar azalan xətt üzrə faizlərlə bazarda xüsusi çəki ilə sıralanır. Herfindal-Hirşman indeksini aşağıdakı kimi təsvir edək:

$$\dot{I}_{hh} = S^2_1 + S^2_2 + \dots + S^2_n;$$

Burada: $\dot{I}_{hh} = S^2_1 + S^2_2 + \dots + S^2_n$ - bazarda firmaların faiz paylarının kvadratlarıdır.

Herfindal-Hirşman indeksi Qərbdə bazarda inhisarçı hakimiyyətini qiymətləndirmək üçün geniş istifadə olunur.

Əgər bazarda bazarın 1% - ni tutan 100 eyni firma fəaliyyət göstərsə, $\dot{I}_{hh} = 1$.

Əgər bütün bazara tək inhisarçı firma xidmət edirsə, onda $\dot{I}_{hh} = 100^2 = 10\ 000$.

ABŞ-da:

- $\dot{I}_{hh} < 1000$, bu zaman sahələr qeyri - inhisarçı hesab olunur;

- $\dot{I}_{hh} = 1000 - 1800$, sahələr orta dərəcədə inhisar edilmiş hesab edilir;

- $\dot{I}_{hh} > 1800$, yüksək dərəcədə inhisar edilmiş hesab edilir.

Qiymət diskriminasiyası (ayrıseçkiliyi)

Qeyri-təkmil rəqabət bazarlarının daha bir xarakterik xüsusiyyəti *qiymət diskriminasiyası (ayrıseçkiliyi)* imkanı sayılır.

Qiymət diskriminasiyası – müxtəlif alıcı qrupları üçün eyni məhsulların müxtəlif qiymətlərinin müəyyən edilməsidir. Şirkət

daha yüksək qiymətə məhsul istehsal etməklə potensial alıcıların bir hissəsini itirir. Qiymət artımı zamanı ümumi gəlir arta bilər (məhsullara qiymətə görə tələb elastik deyilsə) və ya düşə bilər (əgər əmtəəyə tələb qiymət üzrə elastikdirsə). Lakin qeyri-təkmil rəqabət şəraitində istehlakçıların bir hissəsini məhsuldan imtina etmədən qiymətləri artırmaq imkanı mövcuddur, yəni şirkət müxtəlif istehlakçı qrupları üçün eyni məhsulların müxtəlif qiymətlərini təyin edə bilər.

Bəzi istehlakçılar məhsulu satın alsın, lakin hər kəsdən daha aşağı qiymətə sahib olsa, qiymət diskriminasiyası məsələsi gündəmə gəlir. Sonuncu o şərtlə mümkündür ki, mal alan alıcı tərəfindən alınan məhsulun qalanlarından daha aşağı qiymətə satılması praktikası istisna edilsin. Malların təkrar satışı zamanı satıcı məhsulun satış bazarının bir hissəsini itirir. Buna görə də alıcılardan kiməsə güzəştlərin verilməsi "bəxtəvər" satın alınan məhsulu yəni-dən satmayacağına zəmanət verməklə həyata keçirilir. Məhz bu səbəblərə görə, qiymət ayrışdırılışına, ilk növbədə, istehsalın istehlakla üst-üstə düşdüyü xidmət sahəsi məruz qalır.

Qiymət ayrışdırılışının üç növü mövcuddur. Bunlara aşağıdakılar daxildir:

- *birinci dərəcəli qiymət diskriminasiyası* (təkmil qiymət ayrışdırılışına) o halda müşahidə olunur ki, nemətlərin hər vahidinə onun tələbinin qiymətinə bərabər qiymət təyin olunur, buna görə də bütün alıcılar üçün nemətin satış qiymətləri fərqlidir. Təcrübədə qiymət diskriminasiyasının bu növünə hər bir fərdi istehlakçı üçün sifariş əsasında mal istehsalı zamanı rast gəlinir;

- *ikinci dərəcəli qiymət diskriminasiyası* tələb funksiyasına uyğun olaraq malların müəyyən partiyalarına müxtəlif qiymətlərin təyin edilməsində ifadə olunur. Təcrübədə qiymət diskriminasiyasının bu növü tez-tez həcm üzrə müxtəlif növ endirimlərin formasını qəbul edir (partiyanın həcmi nə qədər böyükdürsə, malın vahidinin qiyməti bir o qədər aşağı olur). Bu halda satıcı satılmış məhsulun həcmi artırır, istehlakçı isə alışın birdəfəlik həcmi artırılması zamanı müəyyən qənaət əldə edə bilər;

- *üçüncü dərəcəli qiymət diskriminasiyası* (bazarın seqmen-

tasiyası), bu zaman alıcıların tələbin müxtəlif funksiyaları olan qruplara fərqləndirilməsi həyata keçirilir, sonra isə hər bir belə qrup üçün ayrı-ayrılıqda qiymət təyin edilir.

Yalnız aşağı qiymətə mal almaq üçün hazır olan qrupu bütün alıcılarından ayırmaq imkanı var. **Potensial alıcıların real büdcə məhdudyyətləri əsasında onların təsnifatı aparılır:**

- *sosial statusuna görə* (məsələn, tələbələr üçün güzəştli səyahət biletləri);

- *yaşa görə* (məsələn, turizm firması uşaqlara endirimlər təqdim edə bilər);

- *cinsə görə* (məsələn, diskotekaya giriş haqqı kişilər və qadınlar üçün fərqli ola bilər);

- *yaşayış yerinə görə* (məsələn, bərbər güzəştli qiymətlərlə yaxın ərazidə sakinlərə xidmət edə bilər);

- *vaxta görə* (məsələn, yay mövsümündə dəmir yolu biletlərinin qiyməti azaldıla bilər).

Qiymət diskriminasiyası tibbdə yayılıb (eyni tibbi xidmətə görə varlı adam daha çox, az gəliri olan adam isə daha az məbləğ ödəyə bilər).

Telefon xidmətləri də qiymət diskriminasiyasına məruz qalır (bu, iş adamının lazım olduqda zəng edəcəyi ilə bağlıdır, təqaüdü və ya tələbə, güzəştli tarif təyin edildikdə, eyni zəngi axşam və ya bazar gününə sala bilər).

Təmiz inhisar

Qeyri-təkmil rəqabətin bütün bazarlarından: inhisar, oliqopoliya və inhisarçılıq rəqabəti mükəmməl rəqabətin ən parlaq əksi inhisarçılıqdır (yunanca "mono"- bir, "polia"- satıram). Təmiz inhisarçılıq şəraitində sahə bir firmadan ibarətdir, yəni sahə və firma anlayışları üst-üstə düşür.

İnhisar bazarda yeganə olan, yaxın əvəzolunan malları olmayan malın satıcısıdır.

Həqiqətən, inhisarçılıq, adətən, real alternativlərin olmadığı yerdə yaranır, yaxın əvəzedici mallar mövcud deyil, buraxılan məhsul unikaldir. Bu şərtlərdə inhisarçı məhsulun satışı baxımından real hakimiyyətə malikdir, qiymətə nəzarət edir və məhsulun miqdarını dəyişdirərək ona təsir göstərə bilər.

Inhisarın nümunəsi kimi təbii inhisarçılığı qeyd edə bilərik. Məsələn, əgər elektrik enerjisi, qaz və su istehsalı sahəsində bir böyük müəssisə bölgəyə xidmət edirsə, bu müəssisə təbii inhisardır. Təbii inhisara aid olmayan bütün digər sahələr inhisarçılıq halında sahibkarlıq inhisarı adı alır.

Təbii inhisarçılıq elə bir sahədir ki, burada rəqabət ziyandır, çünki miqyasın müsbət effekti o qədər güclüdür ki, bir neçə rəqabət aparən firmanın mövcudluğu sahənin səmərəliliyinin artırılmasına deyil, onun itkisinə gətirib çıxaracaq.

Hesab edilir ki, sahibkarlıq inhisarının mövcudluğu sahənin iqtisadi səmərəliliyini azaldır. Bunun sübutu üçün aşağıdakı arqumentlər gətirilir:

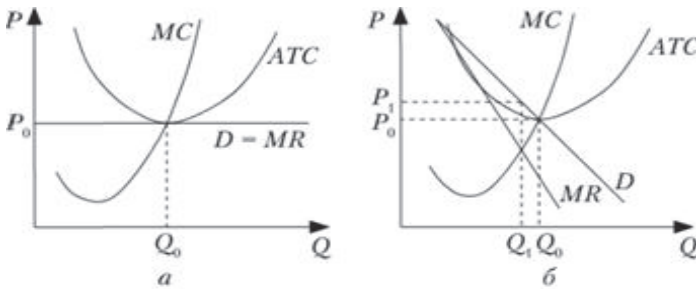
- bazarda yeganə satıcı olan inhisarçı istehsal xərclərinin azaldılmasına, məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına o qədər də can atmır, onun daha müasir texnologiyalardan istifadə etmək üçün stimulları yoxdur. Ona görə inhisarlaşmış sahə rəqabət sahəsindən daha yavaş inkişaf edir;

- əgər firmanın fəaliyyətinin genişləndirilməsi zamanı miqyasın effekti böyük deyilsə (məsələn, pərakəndə ticarətdə), inhisarçının mənfəətini maksimuma çatdıran istehsalın həcmi rəqabət şəraitindən aşağı, qiymət isə daha yüksəkdir. Bununla yanaşı, istehlakçıların gəlirlərinin böyük hissəsi inhisarçı istehsalçı malın alınmasına digər malların istehlakının azaldılması hesabına xərclənir. Həqiqətən də, mükəmməl rəqabət şəraitində firmanın son hədd gəliri məhsul vahidinin qiymətinə bərabərdir, yəni $MR=P$ (*qrafik 13.11.3,a*). Qeyri-təkmil rəqabət şəraitində firmanın son hədd gəliri məhsul vahidinin qiymətindən azdır, yəni $(MR < P)$ (*qrafik 13.11.3,b*). Beləliklə, son hədd gəlirin son hədd xərclərə bərabərliyini $(MR = MC)$ saxlamaq yalnız qeyri-təkmil rəqabət bazarında firma qiymətləri artırarsa, mümkün olur. Bununla belə, daha yüksək qiymətlə (P_1) satış həcmi də (Q_0 -dan Q_1 -ə) azalacaq. Beləliklə, məhsulun istehsalını (Q_1 -ə qədər) azaltmaq və daha yüksək qiymətə (P_1) satmaqla, istehsalçının ən əlverişli mövqeləri əldə edilir. P_1 -ə qədər qiymət artdıqda firma iqtisadi mənfəət əldə etməyə başlayır, çünki məhsul vahidinin

qiyməti orta məsrəflərdən ($P_1 > ATC$) yuxarı qalxır;

- təmiz inhisarçılıq şəraitində, sahə yalnız bir firma tərəfindən təqdim edildikdə və buraxılan məhsulun yaxın əvəzedicisi olmayan malları olduqda, tələb qiymətə görə qeyri-elastic olur, firmanın bazarda inhisarçı hakimiyyəti artır. Əgər firma bazarda inhisar gücünə malikdirsə, yüksək məhsul qiymətlərini müəyyənləşdirirsə və buraxılışı qısaldırsa, o zaman əlaqəli sahələrin və son nəticədə, bütövlükdə iqtisadiyyatın inkişafı ləngiyir;

- inhisar bazarda yeni rəqib firma buraxmamaq üçün qeyri-qanuni rəqabətin vasitələrindən, yəni güc təzyiqlərindən, işgüzar tərəfdaşlarla (məsələn, xammal tədarükçüləri ilə) sövdələşmədən istifadə edərək, yeni firmaların sahəyə daxil olmasına mane ola bilər.



Qrafik 13.11.3. *Təkmil (a) və qeyri-təkmil (b) rəqabət şəraitində firmanın mənfəətinin maksimuma çatdırılması şərtlərinin müqayisəsi*

Lakin inhisarların fəaliyyətinin iqtisadiyyatın inkişafının səmərəliliyinin artırılmasına kömək etdiyini göstərən əksarqumentlər də mövcuddur.

İstehsalın həcmi artdıqca, orta istehsal xərclərinin azalmasına gətirib çıxaran müəssisənin miqyasının müsbət effekti qüvvəyə minir. Nəticə etibarilə, müsbət effektin uzun müddətli təsiri olan sahələrdə istehsalın həcmi qeyri-təkmil rəqabət şəraitində təkmil rəqabətli bazarın istehsal həcmindən yüksək, orta xərclər isə aşağı olur. Miqyasın müsbət effektindən əlavə gəlir əldə etmək məhdud resurslarla kiçik istehsala xas olmayan strategiyadır. Ona

görə də təkmil rəqabət bazarı üçün belə strategiya mövcud deyil. Qeyri-təkmil rəqabət bazarı isə bu cür vəzifələrin öhdəsindən uğurla gəlir. Miqyasın müsbət effektin böyük olmadığı sahələrdə bir çox kiçik və orta firmalar fəaliyyət göstərir, bu inhisarçı rəqabət bazarlarıdır; miqyasın uzunmüddətli müsbət effekte malik sahələr üçün texnoloji oliqopoliyaların fəaliyyəti daha səciyyəvidir və nəhayət, miqyasın fasiləsiz müsbət effekti olan sahələrdə bütün sahə tələbinə xidmət edən yeganə müəssisənin - təbii inhisarçılığın mövcudluğu iqtisadi cəhətdən səmərəli təsir göstərir.

Müasir dünyada iqtisadiyyatın inkişafı üçün elm və kapital tutumlu sahələr getdikcə daha da böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bir çox hallarda onların inkişafından ölkənin gələcək tərəqqisi asılıdır. Kiçik firmalar, bir qayda olaraq, vəsaitdə məhduddurlar, böyük və çox böyük firmalar bahalı mühəndis, elmi və digər inkişafı həyata keçirmək, yəni ETT-nin inkişafında iştirak etmək və nailiyyətlərini həyata keçirmək üçün çox böyük imkanlara malikdirlər. Beləliklə, böyük kapital bir əyləc deyil, elmi-texniki tərəqqinin katalizatoru ola bilər, sahənin inkişafını ləngitməz, əksinə, sürətləndirər.

Açıq bazar iqtisadiyyatında sahibkarlıq inhisarları xarici şirkətlər tərəfindən daimi rəqabət aparır, buna görə də firma öz ölkəsində təmiz inhisarçı olsa belə, dünya bazarında istehsal xərclərinə qənaət etmək və daha müasir texnologiyalardan istifadə etmək stimulumu itirməmək üçün kifayət qədər rəqibləri var.

Dünya səhnəsinə yalnız kifayət qədər iri firmalar çıxıb bilər ki, onlar bazara böyük məhsul partiyaları təklif edər, satış bazarlarını genişləndirmək üçün böyük məbləğlər xərcləyə bilərlər.

Milli resursların (neft, qaz, kömür, filiz və s.) ixracında daxili rəqabətin olmaması daha az miqdarda resursları yüksək qiymətə satmağa imkan verir. Bu, milli resursların belə qiymətlərlə daha çox satılmasından, ümummilliyə maraqlara cavab verir.

Oliqopolya

Oliqopolya - bir neçə iri firmanın payına bazarın əsas satış həcmi düşür. Oliqopolya tərəfindən istehsal olunan mallar həm yekcins (polad, alüminium, sement), həm də diferensial (avtomobil)

billər, siqaretlər, soyuducular və s.) ola bilər.

Oliqopoliya üçün yeni firmaların bazara daxil olmasının böyük giriş maneələri xarakterikdir. Məhdudiyətlər miqyas effekti ilə bağlıdır (yuxarıda qeyd edildiyi kimi, miqyasdan qənaət hətta müəssisənin çox böyük ölçüləri, məsələn, avtomobil və ya polad sənayesi üçün, mövcud olduğu sahələrdə var).

Sahəyə daxil olma əhəmiyyətli dərəcədə lisenziya verilməsi ilə məhdudlaşdırıla bilər (məsələn, Moskvada tibbi dərman topdansa satış ticarəti ilə məşğul olmaq üçün, firmanın ştatında ali təhsilli əczaçı olmalıdır, anbar altında sahəsi 100 m² və s., bu isə kiçik firmaların bu sahədə girişini məhdudlaşdırır).

İxtiraların patentləşdirilməsi, həmçinin rəqiblər üçün müəyyən maneəyə xidmət edir. Patent sahibinin intellektual mülkiyyətini qoruyur və rəqiblərin ixtiraları uzun müddət ərzində (məsələn, ABŞ-da 17 il ərzində) kopyalamasına imkan vermir.

Oliqopoliyaların bazar davranışının əhəmiyyətli xüsusiyyəti firmaların istehsal həcmi və qiymətləri ilə həllərinin qarşılıqlı asılılığıdır. Heç bir belə qərar rəqiblərin cavab hərəkətlərini nəzərə almadan qəbul edilə bilməz. Beləliklə, rəqib firmaların hərəkətləri oliqopoliya üçün istehsalın və qiymətlərin optimal həcmünün müəyyənləşdirilməsində əlavə şərt olur.

Firmalar oliqopoliya bazar strukturunda istehlakçıların bir hissəsini yalnız rəqib firma tərəfindən qiymət dəyişikliklərinin halında deyil, həm də rəqiblərin keçirdikləri uğurlu reklam kampaniyası nəticəsində itirməyə qorxurlar. Əgər rəqib reklam kampaniyasına başlayırsa, qalan firmalar da reklam yarışına qoşulmağa məcburdurlar. Nəticədə bütün rəqib firmalar artıq reklam kampaniyasını həyata keçirirlər. 1970-ci illərin əvvəllərində ABŞ-da siqaretin televiziya reklamına qadağa buna misal ola bilər.

Oliqopoliya zamanı, təmiz inhisarçılıqda olduğu kimi, haqsız rəqabət də mümkündür, o zaman oliqopoliyaya daxil olan firmalar qeyri-bazar üsulları (məsələn, güc təzyiqi) ilə rəqiblərin bazara daxil olmasına mane olurlar.

Bazarda oliqopoliyaların davranışını təsvir edən bir sıra modellər var.

Gizli sövdələşmə modeli. Oliqopolyanın bazar davranışının birinci modeli qiymətin və istehsal həcminin müəyyənləşdirilməsi ilə bağlı gizli sövdələşmə nəticəsində yaranmış vəziyyəti təsvir edir.

Oliqopolya qeyri-müəyyənliyi azaltmağa çalışaraq, öz məhsullarına qiymətləri formalaşdırmağa çalışır ki, bu strategiya mənfəətin maksimuma çatdırılmasını təmin edəcək. Bu məqsədə nail olmaq üçün bir vasitə qiymət rəqibləri arasında gizli razılaşma olur.

Gizli sövdələşmə firmaların öz məhsullarına tələb və xərclərin eyni və ya çox oxşar şərtlərlə üzləşməsiylə mümkündür. Bu halda sabit qiymət saziş iştirakçılarında heç birinə rəqabət üstünlüyü verməyəcəkdir. Gizli razılaşmalar nəticəsində oliqopolya üçün optimal istehsal həcmi və qiyməti seçilir. Belə istehsal parametrləri əslində bazarda yalnız yeganə istehsalçının çıxış etdiyi vəziyyət üçün kifayətdir. Bu o deməkdir ki, oliqopolya bazarı xalis inhisarçı bazarına çevrilir.

Oliqopolyanın qiymət sövdələşməsinin nümunəsi 1973-cü ildə Beynəlxalq OPEK kartelinin qiyməti üç dəfə qaldırdığı neft böhranıdır. Neftə olan tələb qeyri - elastik olduğundan, kartel qiymətlərin xeyli artmasına və satış həcminin cüzi azalmasına nail ola bilmişdir.

"Qırıq tələb əyrisi" modeli. Oliqopolyanın tipik davranışının ikinci modeli "qırıq tələb əyrisi" modelidir ki, bu da rəqiblərlə gizli sövdələşmə strategiyasını həyata keçirməyən firmanın davranışını təsvir edir.

Çünki oliqopolyada firmalar məhsulların qiymətinin müəyyən edilməsi ilə bağlı bir-birindən asılıdırlar, onun üçün qiymətlərin dəyişməsi zamanı rəqiblərin hansı reaksiyanın daha çox ehtimal olunduğunu bilmək vacibdir. Bu model ondan irəli gəlir ki, bazar iştirakçılarının davranışının mümkün variantları mövcuddur.

Qiymət dəyişdikdə rəqiblərdən biri iki mümkün həlldən birini seçə bilər:

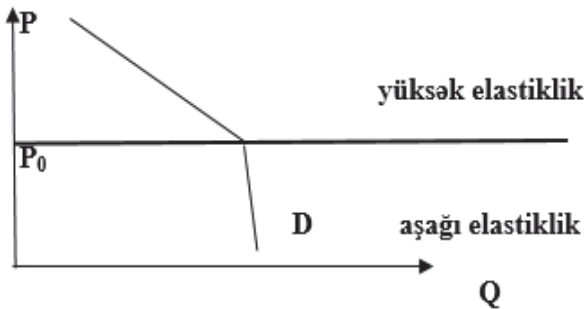
- rəqiblər qiymətləri düzəldəcək və yeni bir qiymətə uyğunlaşacaqlar;
- rəqiblər rəqiblərdən birinin qiymət dəyişikliyinə reaksiya verməyəcəklər.

Güman edək ki, oliqopoliya bazarında bir firma qiymətləri artırır. Onda əgər qalan firmalar qiymətləri ondan sonra qaldırırsalar, sahənin bütün firmaları digər sahələrin xeyrinə müəyyən qədər satış itirirlər. Buna görə, bir firma qiyməti artırsa, adətən digər firmalar buna reaksiya vermirilər.

Güman edək ki, oliqopoliya bazarında bir firma qiymətləri aşağı salır. Sonra rəqibləri də qiymətləri azaltmırsa, firma sahənin digər şirkətlərindən alıcıların bir hissəsini götürəcəkdir. Buna görə də, əgər bir firma qiymətini aşağı salırsa, digər firmalar, bir qayda olaraq, ondan sonra qiymətləri aşağı salırlar.

Beləliklə, oliqopolianın tipik davranışı rəqib qiyməti aşağı saldıqdan sonra qiyməti azaltmaqdır.

İndi "qırıq tələb əyrisi"nin mahiyyətini izah etmək olar: əgər A firması qiyməti mövcud P_0 qiymətindən yuxarı qaldırırsa (*qrafik 13.11.4*), böyük ehtimalla rəqiblər qiymətləri qaldırmayacaqlar. Nəticədə A firması istehlakçılarının bir hissəsini itirir. Onun məhsullarına olan tələb A nöqtəsindən yüksəkdir, çox elastikdir. Əgər firma A qiymətini aşağı salsa, rəqiblər də qiyməti aşağı salacaqlar. Buna görə də, P_0 -dan aşağı qiymətlərlə tələb daha az elastik olur (qeyri-elastik tələb olduqda, qiymət azalması tələbin daha az dəyişməsinə gətirib çıxarır, buna görə də qiymət azalmasından sonra mənfəətin həcmi azalır). Beləliklə, istənilən qiymət dəyişikliyi oliqopoliya şəraitində sərfəli olmur.



Qrafik 13.11.4. Oliqopoliya şəraitində bazarda "qırıq tələb əyrisi"

Burada: P-məhsul vahidinin qiyməti; Q-məhsulun miqdarı; D-tələb; P_0 -bazarda mövcud olan baza qiyməti.

A firması tərəfindən qiymət azaldılması "*Qiymət müharibəsi*" gətirə bilər. Bu zaman firmalar növbə ilə qiyməti o vaxta qədər aşağı salırlar ki, onların bəziləri üçün qiymətlərin aşağı düşməsi ziyanla işləməyə və istehsalın bağlanmasına səbəb olur. "*Qiymət müharibəsi*" şəraitində ən güclülər qalib gəlir. Lakin qiymət müharibəsi siyasəti son dərəcə riskli siyasətdir, çünki firmaların hansının daha dayanıqlı olacağı məlum deyil. Nəticədə, sahənin bütün müəssisələri ziyana gedə bilər.

Buna görə də, oliqopoliya şəraitində firmalar, bir qayda olaraq, sabit qiymətləri saxlamağa, rəqabətli mübarizəni qiymətsiz rəqabət sahəsinə aparmağa çalışırlar, yəni öz məhsullarının reklamından daha çox istifadə edirlər, imkan daxilində məhsulun keyfiyyətini, xarici görünüşünü və s. yaxşılaşdırırlar.

Qiymətdə liderlik modeli. Oliqopoliya davranışının üçüncü modeli qiymətlərdə liderlik modelidir. Hər hansı bir firma bazarda üstünlük təşkil etdiyi və onun qiyməti bazarın böyük bir hissəsini əhatə etdiyi vəziyyəti təsvir edir. Belə bir vəziyyətdə məhz onun qiyməti bazar qiyməti olur. Buna görə də, adətən, oliqopolianın ən böyük firması qiyməti dəyişdirəndə, digər firmalar o qiymətə uyğun düzəliirlər edirlər. Lakin lider şirkət hər dəfə qiyməti dəyişməklə risk edir, çünki rəqiblər öz müstəqil qiymət strategiyasını da həyata keçirə bilərlər. Bu qiymət liderini ehtiyatlı olmağa məcbur edir, buna görə qiymət çox nadir hallarda dəyişir.

Qiymət lideri, bir qayda olaraq, xərclərin və tələbin kiçik, konyuktur dəyişikliklərinə reaksiya vermir. Xərc və tələb şərtləri əhəmiyyətli dərəcədə və bütün sahədə dəyişdikdə qiymət dəyişiklikləri həyata keçiriləcəkdir. Belə ki, qiymət lideri, sahədə kifayət qədər əhəmiyyətli dərəcədə vergilərin, əmək haqqının səviyyəsinin artımı və ya hər hansı bir resursun bahalaşması baş verirsə, qiyməti qaldıracaq. Bir qayda olaraq, lider firma əvvəlcədən mətbuata planlaşdırılan qiymət artımı barədə məlumat verir, belə ki, oliqopoliyaya daxil olan digər firmaların qiymət dəyişikliyinə hazırlıq üçün vaxtı var. Rəqiblərə bu cür loyallıq, oliqopolist firmaların olduğu kimi, böyük şirkətlərin fəaliyyəti üçün lazım olan sabitliyin itirilməsinə gətirib çıxaracaq qiymət müharibəsinin sər-

fəli olmaması ilə izah olunur.

Beləliklə, oliqopoliya bazarında qiymətqoyma qiymətlərlə liderlik prinsipi əsasında qurulursa, bir firmanın qiyməti müəyyənləşdirdiyini, digərlərinin isə onu obyektiv qiymət kimi qəbul etdiyini və ona tabe olmasını nəzərdə tutur.

"Xərclər +" modeli. Qiymətin dördüncü modeli "xərclər +" prinsipi əsasında qurulur. Onun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, firma məhsul vahidinə xərclərin səviyyəsini müəyyən edir, sonra isə planlı mənfəət səviyyəsini (təxminən 10-15%) xərclərə əlavə edir. "Xərclər +" prinsipi oliqopoliya məhsullarının diferensiallaşdırıldığı yerdə, yəni özünəməxsus şəkildə (məsələn, avtomobil sənayesində) istifadə olunur. Model göstərir ki, firma öz xərclərini bazar qiymətinə deyil, əksinə, onun təqdim etdiyi qiymətə mövcud məsrəflər qoyur. Firmanın bu cür davranışı rəqabətin hiss olunacaq təzyiqinin olmaması halında mümkündür.

İnhisarçı rəqabət

İnhisarçı rəqabət kifayət qədər çox sayda firmanın müxtəlif çeşidli (diferensiallaşdırılmış) məhsullar təklif etdiyi bazar strukturu.

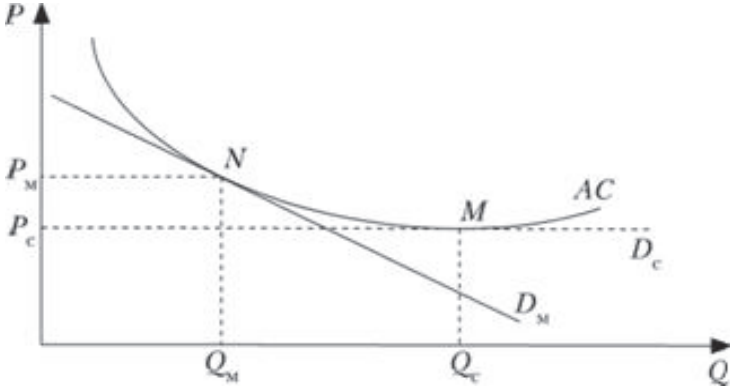
İnhisarçı rəqabət onlarla firma olan, aralarında gizli sövdələşmə mümkün olmayan yerlərdə yaranır.

Bu şəraitdə ayrı-ayrı firmaya, digər firmaların qiymət dəyişməsinə reaksiyalarını proqnozlaşdırmaq və nəzərə almaq mümkün deyil.

İnhisarçı rəqabət istehlak predmetlərini istehsal edən sahələrdə geniş şəkildə təmsil olunur. Alıcının seçiminin səbəbi malın cəlbədici qablaşdırılması, mağazanın daha rahat iş vaxtı, ziyarətçilərə daha yaxşı xidmət və s. ola bilər.

İnhisarçı rəqabət şəraitində sahəyə daxil olmaq üçün yüksək maneələr yoxdur. Miqyas effekti böyük əhəmiyyət kəsb etmir. Sahəyə asan daxil olmaq, bu sahəyə daxil olmaq üçün bütün məhdudyyətlərin olmadığını nəzərdə tutmur. Məhsullar, lisenziyalar, ticarət nişanları üçün patentlər mövcuddur, lakin təmiz inhisarçılıqdan fərqli olaraq, patentlər müstəsna xarakter daşımır, çünki bir-birini əvəz edən mallar patentləşdirilir.

İnhisarçı və təkmil rəqabət şəraitində məhsul buraxılışının həcmünün müqayisəsi qeyri - təkmil rəqabətin bütün bazarlarından inhisarçı rəqabət bazarı daha çox təkmil rəqabət şəraitinə yaxındır. Lakin əgər təkmil rəqabət şəraitində firmanın məhsullarına olan tələb əyrisi absis oxuna paraleldirsə, yəni tələb tam elastikdirsə, inhisarçılıq rəqabəti zamanı o, kiçik mənfi meyil əldə edir. Bu o deməkdir ki, inhisarçı rəqabətdə firmanın tələb əyrisi təkmil rəqabət zamanı olduğundan daha az, təmiz inhisarçılıqdan isə daha elastikdir. İnhisarçı rəqabət şəraitində elastiklik dərəcəsi həm rəqiblərin sayından (rəqiblərin sayı nə qədər çox olarsa, tələbat daha elastik olar), həm də məhsulun diferensiasiyası dərəcəsiindən (məhsul nə qədər çox fərqlənirsə, tələbatın elastikliyi bir o qədər də az olur) asılıdır. Tələb əyrisinin mənfi meyli o deməkdir ki, inhisarçılıq rəqabəti şəraitində təkmil rəqabət şəraitindən fərqli olaraq daha az məhsul istehsal edilir. Təkmil rəqabət şəraitində istehsal olunan məhsulların həcmi Q_c , qiyməti P_c -yə bərabərdirsə, inhisarçılıq rəqabəti şəraitində bu göstəricilər müvafiq olaraq Q_m və R_m təşkil edəcək (*qrafik 13.11.5*).



Qrafik 13.11.5. İnhisarçı və təkmil rəqabət bazarlarının parametrləri

Uzunmüddətli dövrdə firmanın tarazlığının xüsusiyyətləri

Qısa müddət ərzində inhisarçı rəqabət şəraitində firmalar həm mənfəət əldə edər, həm də ziyanla işləyə bilərlər, lakin son nəticədə zərərlər bazardan çıxmağa məcbur edir, əldə olunan gəlirlər isə sahəyə yeni firmalar gətirir. Nəticədə uzunmüddətli dövr

üçün təkmil rəqabət mövqelərinə yaxın vəziyyət yaranır ki, bu zaman firma normal mənfəət əldə edir, iqtisadi (yəni artıq, inhisarçı mənfəət) mənfəət, nə də zərər yaranmır, yəni məhsulun qiyməti orta xərclərə bərabər olur ($P = AC$). Beləliklə, uzunmüddətli inhisarçılıq rəqabəti şəraitində bazarda iqtisadi mənfəət yox olur, bazarda firmanın iqtisadi tarazlığı isə istehsal həcmi ilə əldə edilir, bu zaman $R > MR = MC = AC$.

İnhisarçı rəqabətin xərcləri

Diqqət yetirmək lazımdır ki, mükəmməl rəqabətdən fərqli olaraq, qiymət minimum orta mümkün xərclərə bərabərdir (*qrafik 13.11.5 - də M nöqtəsi*); inhisarçılıq rəqabəti şəraitində orta xərclər minimum mümkün məsrəflərdən daha çoxdur ($AC > \min AC$) və qiymət, müvafiq olaraq, minimum orta məsrəflərdən çoxdur $P > \min AC$ (*qrafik 13.11.5-də N nöqtəsi*). İnhisarçı rəqabət şəraitində orta məsrəflərin artması, ilk növbədə, məhsulun diferensiasiyası ilə bağlıdır. Çünki buraxılan məhsulu spesifik, digər firmaların məhsullarından fərqli keyfiyyətlərinin (parlaq üzlük, zərif dizayn və ya əlavə istehlak funksiyaları olsun) olması üçün əlavə xərclər çəkilməlidir. Deməli, diferensiallaşdırılmış malların istehsalına inhisarçılıq rəqabəti zamanı xərclər yekcins malların istehsalına təkmil rəqabətin məsrəflərini üstələyir.

Xərclərin artırılması məhsulun fərqləndirilməsinə görədir. Çünki maraqlı dizayn, rəngli qablaşdırma və malların reklamına əlavə xərclər tələb olunur. İstehlakçı bu xərcləri ödəməyə məcburdur, çünki onlar qiymətə daxil edilir. Lakin gəlirin itirilməsi alıcının əlavə istehlak mənfəəti ilə kompensasiya edilir. İqtisadi nemətlərin fərqləndirilməsi nə qədər çox olarsa, o qədər də alıcıların müxtəlif ehtiyacları qarşılır.

İnhisarçı rəqabət bazarında firmalar differensiallaşdırılmış məhsul üzrə inhisarçı olurlar. Bir çox oxşar məhsullar arasında öz məhsullarını ayırmağa çalışaraq, firmalar malın keyfiyyətini daim yaxşılaşdırmağa, şirkətin imicini saxlamağa çalışırlar. İnhisarçı rəqabət şəraitində rəqabətin qiymətsiz amilləri böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bunun ciddi səbəbləri var. Uzunmüddətli dövrdə bazara yeni rəqiblərin gəlməsi nəticəsində iqtisadi mənfəət azalmağa və

yox olmağa meyillidir. Bu şərtlərlə firma çox güman ki, məhsulun keyfiyyətinin təkmilləşdirilməsi, alıcılara əlavə xidmətlər (məsələn, malların zəmanət xidməti), reklam vasitəsilə rəqiblərin qarşısında öz üstünlüklərini qoruyub saxlamağa çalışacaq. Məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün daimi təqib yalnız mövcud tələbatın ödənilməsinə deyil, həm də istehlakçıların yeni ehtiyaclarının yaradılmasına kömək edir. Şirkət yeni bir məhsul meydana gəldiyi zaman tətbiq oluna biləcək mümkün ehtiyacları təxmin etməyə başlayır. Misal üçün, yerli bazara yoqurtlar çıxmamışdan əvvəl, onların potensial alıcılarının çoxu bu yoqurtlara olan tələbatdan xəbərsiz idilər [23, səh. 551-573, 573-602].

XIV FƏSİL

BAZAR RƏQABƏTİ VƏ İNHİSAR – MAHİYYƏTİ VƏ MƏZMUNU. ANTIİNHİSAR SİYASƏTİ VƏ ANTIİNHİSAR TƏNZİMLƏNMƏSİ

14.1. Rəqabət: mahiyyəti, növləri və nəticələri

Rəqabət ən yaxşı şərtlərlə malların istehsalı, alınması və satılması üçün bazar iqtisadiyyatının iştirakçıları arasında mübarizədir. Belə qaçılmaz toqquşma obyektiv şəraitdən yaranır: hər bir bazar iştirakçısının tam təsərrüfat ayrılığına, onun təsərrüfat konyukturasından (müəyyən dövrdə iqtisadiyyatın hazırkı vəziyyətindən) tam asılılığına və daha çox gəlir əldə etmək üçün digər iddiaçılarla qarşıdurmaya səbəb olur.

Özəl əmtəə sahiblərinin iqtisadi cəhətdən yaşamaq və çiçəklənmə üçün mübarizəsi qanundur. Rəqabət daha əlverişli bazar vəziyyətidir. Bütün bazar hakimiyyətinə nəzarət edən, heç kimi ticarət fəaliyyətinə buraxmayan və satdığı malların qiymətini dikte edən bir satıcı tərəfindən bu vəziyyəti təbii adlandırmaq olarmı? Xeyr, olmaz. Məhz rəqabət istənilən ölkənin inkişafında əsas şərtlərdən biridir.

Rəqabəti bir neçə meyar üzrə təsnifləşdirmək olar:

- a) *inkişaf miqyasına görə;*
- b) *xarakterinə görə ;*
- c) *rəqabət metodlarına görə.*

İnkişaf miqyasına görə rəqabətin aşağıdakı növləri mövcuddur:

1) *fərdi* (bir bazar iştirakçısı "günəş altında öz yerini" tutmağa çalışır - malların və xidmətlərin alqı-satqısı üçün ən yaxşı şərtləri seçir);

2) *yerli* (bəzi məhdud ərazinin mal sahibləri arasında aparılır);

3) *sahə* (bazar sahələrindən birində daha çox gəlir əldə etmək üçün mübarizə gedir);

4) *sahələrarası* (daha çox gəlir götürmək və alıcıları öz tərəfinə cəlb etmək üçün bazarın müxtəlif sahələrinin nümayəndələri-

nin rəqabəti);

5) *milli* (ölkə daxilində yerli satıcılar və alıcıların yarışı);

6) *beynəlxalq* (dünya bazarında müxtəlif ölkələrin müəssisələrinin, təsərrüfat birliklərinin və dövlətlərinin mübarizəsi).

İnkişafın xarakterinə görə, rəqabət iki əsas yerə bölünür:

1) *azad*;

2) *tənzimlənən*.

Bazar rəqabətinin aparılması metodlarının aşağıdakı növləri mövcuddur:

1) *qiymət* (rəqiblərin bazar mövqeləri qiymətlərin aşağı düşməsi ilə sarsılır);

2) *qeyri - qiymət* (məhsulun keyfiyyətinin artırılması, alıcılara daha yaxşı xidmət göstərilməsi və s. yolu ilə qələbə qazanılır).

İndi bazar qarşındurmasının inkişafının xarakterini ətraflı nəzərdən keçirək.

Sərbəst rəqabət o deməkdir ki:

- birincisi, bazarda nə yaratmaq və hansı miqdarda müstəqil mal sahibi olmaq mümkündür;

- ikincisi, bazara daxil olmaq və çıxmağı istənilən şəxslər üçün heç kim və heç nə ilə məhdudlaşdırmır. Bu, hər bir vətəndaşa azad sahibkar olmaq və onu maraqlandıran təsərrüfat sahəsində öz əməyini və maddi vəsaitini tətbiq etmək imkanını nəzərdə tutur. Alıcılar isə bütün ayrı-seçkilikdən azad olmalı və istənilən bazarda mal və xidmətlər almaq imkanına malik olmalıdırlar;

- üçüncüsü, müəssisələr bazar qiymətlərinin nəzarətində heç cür iştirak etmirlər.

Rəqabətin davranış qaydaları

- **Fərdi rəqabət.** Məlum olduğu kimi, azad rəqabətin xüsusiyyəti odur ki, satıcılar və alıcılar xırda mülkiyyətçilərdir. Onların heç biri təbii ki, təkbaşına bazar məkanını ələ keçirə və hamı üçün öz qiymətini təyin edə bilməz. Bu həlledici hal rəqiblərini qələbə və ya məğlubiyətə aparan rəqabətli "oyun" qaydalarını müəyyən edir.

Birinci qayda. Mal sahibləri tarazlaşdırma qiymətinin səviyyəsini (tələb və təklifin bərabərliyini əks etdirən) səmərəli, əsaslandı-

rilmiş təsərrüfatçılığı bir normativ kimi nəzərə almalıdırlar. Əgər, satıcı öz məhsulunun tarazlıq səviyyəsindən çox yüksək qiymət qoymuşdursa, o zaman təchizatı həyata keçirilməyən məhsulların sövdələşməsi ilə qaçılmaz surətdə qarşılaşacaq. Bir müddət sonra qiyməti azaltmaq və ya hətta alıcılar üçün məqbul qiymətlərlə mal satmaq lazımdır. Bu isə gözlənilməz zərərlərlə bağlıdır.

İkinci qayda. Tarazlaşdırılmış qiyməti "aldatmaq" üçün istehsalçı məhsul vahidinə daha az resurs sərf etməyə və malları daha aşağı fərdi qiymətlə yaratmağa çalışır. Lakin bu məhsulları bütün balans qiyməti üçün ümumi olaraq satır. Nəticədə, tarazlaşdırılmış və fərdi qiymətlər arasındakı fərq şəklində əlavə gəlir yaranır. Cəsarətli və uzaqgörən sahibkarlar öz əmlaklarını riskə qoyaraq böyük təsərrüfat əhəmiyyətli kəşflər edirlər: texnika və texnologiyanın yeni məhsullarını ixtira və tətbiq edirlər, əməyin və istehsalın təşkilinin daha səmərəli formalarını, resurslardan qənaətlə istifadə etməyin üsullarını tapırlar. Bununla da hamı üçün elmi-texniki və iqtisadi tərəqqiyə yol çəkilir. Nobel mükafatı laureatı F.Hayek (Böyük Britaniya) mühüm ümumiləşdirmə aparmışdır: "Rəqabətə əsaslanan cəmiyyətlər başqalarına nisbətən daha uğurla öz məqsədlərinə nail olurlar. Sivilizasiyanın bütün tarixi ilə çox gözəl təsdiqlənmiş nəticə budur. Rəqabət əşyanı istehsal etməyin mümkün qədər səmərəli olduğunu göstərir".

Üçüncü qayda. Mübarizəni kəskinləşdirərkən rəqiblər qiymət rəqabəti üsuluna əl atırlar. Əgər vəsait imkan verirsə, bəzən məhsulların dempinq satışını son dərəcə aşağı qiymətlərlə ("atılan" qiymət kimi) tətbiq edirlər. "Yama" romanında A.Kuprin bu rəqabət haqda danışır: "İki yeni gəmiçilik yaranıb və onlar köhnə nəsillərlə birlikdə bir-biri ilə amansız rəqabət aparıblar. Rəqabətdə onlar üçüncü sinif sərnəşinlərə görə yetmiş qəpik olan reyslər üçün qiymətləri beş, üç və hətta bir qəpiyə endirdilər. Nəhayət, ağır mübarizə aparən gəmiçilik cəmiyyətlərindən biri üçüncü sinif sərnəşinlərinə hədiyyə gedişini təklif etdi. Sonra onun rəqibi dərhal hədiyyə gedişinə əlavə olaraq, yarım ağ çörək əlavə etdi". Rəqibin dağılmasına nail olan qalib, bir qayda olaraq, əvvəlki qiymətini bərpa edir və itirənin əmlakını alır.

- **Milli rəqabət.** Bazar rəqabətində yalnız malların ayrı-ayrı satıcılarının iştirak etdiyi haqqında təsəvvür geniş yayılmışdır. Amma əslində, bazar səhnəsində tez-tez "hər kəsə qarşı müharibə" baş verir. Belə milli rəqabətin aşağıdakı xüsusiyyətləri vardır. İlk növbədə, orada bazar iştirakçılarının "tənqidi kütləsi" iştirak edir. Söhbət o qədər əmtəə və pul mülkiyyətçilərindən gedir ki, bu da kütləvi tələb və təklif vasitəsilə bazar qiymətinin səviyyəsinə təsir göstərə bilər. Əhalinin çoxluğuna malik olan ölkələrdə kritik kütlə, 10-15 milyon kiçik əmtəə sahibinə çatır. Milli rəqabət həm də onunla fərqlənir ki, ümumi rəqabət döyüşü, obrazlı desək, üç cəbhədə aparılır. Satıcılar arasında bir cəbhə tapırıq. Onların hamısı malların satışından faydalanmağa çalışır və eyni zamanda rəqiblərindən alıcıları "dəf etmək" imkanını əldən vermir.

Başqa bir cəbhə, məhsulları əldə etmək üçün sərfəli olan və eyni zamanda, digər iddiaçıları istədikləri məhsulu "sıxışdırmağa" hazır olan alıcılar arasında yerləşdirilir.

Nəhayət, "müharibənin" əsas cəbhəsi qiymətlərin səviyyəsinə qarşı əks mövqelərdə duran tacirlər və alıcılar ordusu arasında baş verir. Onlardan birincisi öz məhsullarını baha satmağa, ikincisi isə əşyaları ən aşağı qiymətə almağa çalışır. İndi sual üzərində düşünməyə dəyər: döyüşü hansı ordu qazanacaq?

Bazar qarşılıqlı təcrübəsi aşağıdakıları öyrədir. O ordu qalib gəlir, hansı ki, daha çox mütəşəkkildir və rəqibə öz qiymətini sırımağa bacarıqlıdır. Qaliblər ümumi maraq güdərək müəyyən müddət ərzində bir-biri ilə rəqabət aparmır, sonra isə öz şəxsi maraqları uğrunda qarşılıqlı mübarizəyə qoşulurlar.

Bazarın hansı qanunları dəyişən qiymətləri hərəkətə gətirir?

Məlumdur ki, əgər hansısa əmtəəyə kütləvi tələb artarsa, onun bazar qiyməti artır. Lakin məhsulun bahalaşması alıcıların maraqlarına ziddir. Onların hər biri qiyməti azaltmaq üçün tələbi azaltmağa başlayır. Alıcılar arasında kəskinləşən rəqabət onların birliyinin parçalanmasına gətirib çıxarır. Əvvəllər əldə edilən yüksək bazar qiyməti tələbə görə azalmağa başlayır və tarazlıq qiyməti səviyyəsinə enir. Malların kütləvi təklifi genişləndə, təbii ki, bazar qiyməti aşağı düşür. Lakin məhsulun ucuzlaşması

satıcıların maraqlarına zərər verir. Buna görə bir-birinin ardınca qiyməti artırmaq üçün məhsullarını satmağa başlayırlar. Satıcılar arasında artan rəqabət onların vahid ordusunun parçalanmasına gətirib çıxarır. Əvvəllər yaranmış aşağı bazar qiyməti təklifi üzrə tədricən tarazlıq qiyməti səviyyəsinə qalxır.

Beləliklə, milli rəqabət bazarın özünü tənzimləməsinin "daxili mühərrikidir" ki, bu da qanunauyğun olaraq üç hadisəyə təsir edir:

- birincisi, satıcılar və alıcılar tərəfindən təklif olunan qiymətlərə təsir göstərir;
- ikincisi, milli bazar miqyasında tələb və təklifin qeyri-sabit və qeyri-bərabər nisbətini aradan qaldırır;
- üçüncüsü, ümumi bazar qiymətini tarazlıq nöqtəsinə gətirir [55].

14.2. Bazar inhisarının mahiyyəti və növləri

İnhisar (yunanca: monos - bir, poleo - satıram) zənginləşmək məqsədilə bazar məkanının böyük hissəsini tutan iri mülkiyyətçi.

İqtisadi ədəbiyyatda inhisarçılıq növlərinin aşağıdakı təsnifatı verilir:

1. İqtisadiyyatın əhatə dairəsi nəzərə alınmaqla aşağıdakı inhisarçı təşkilatlar mövcuddur:

- *müəyyən bir sahə miqyasında mütləq (tam) inhisarçı*. Bu halda bir satıcı fəaliyyət göstərir, mümkün rəqiblər üçün bazara giriş bağlıdır, satıcı satış üçün nəzərdə tutulan malların miqdarına və onların qiymətinə tam nəzarət edir;

- *milli təsərrüfat miqyasında da mütləq inhisarçılıq yaranır*. O, dövlətin və ya onun təsərrüfat orqanlarının əlindədir (məsələn, xarici ticarətin dövlət inhisarı və s.).

- *monopsoniya (mütləq)* - resursların, malların bir alıcısı mövcuddur.

2. Meydana gəlmənin təbiətindən və səbəblərindən asılı olaraq aşağıdakı inhisar növləri fərqlənir:

- *Təbii inhisar*. Nadir və sərbəst istehsal olunmayan

elementləri (məsələn, nadir metallar, üzüm bağlarına aid xüsusi torpaq sahələri) öz sərəncamında olan mülkiyyətçilər və təsərrüfat təşkilatları onlara malikdirlər. Buraya, həmçinin bütün cəmiyyət üçün xüsusilə vacib və strateji əhəmiyyət daşıyan (dəmir yolu nəqliyyatı, hərbi sənaye kompleksi və s.) infrastrukturun bütöv sahələri də daxildir. Təbii inhisarların mövcudluğu iri istehsal miqyasından böyük iqtisadi qazanc əldə etməsi ilə əsaslandırılır. Burada bir çox oxşar firmaların payına düşəcək resurs xərclərinə nisbətən az xərci olan mallar yaradılır.

- *Legal (latınca legalis-qanuni) inhisar* qanuni əsaslarla formalaşır. Onlara inhisarçı təşkilatların aşağıdakı formalarını aid etmək olar:

a) *patent sistemi*. Patent dedikdə, ölkə hökuməti tərəfindən vətəndaşa verilmiş ixtiradan müstəsna istifadə hüququna dair şəhadətnamə nəzərdə tutulur. Patent, həmçinin mədənlə, ticarətlə məşğul olmağa hüquq verən sənəd adlandırılır;

b) intellektual mülkiyyətçilərin öz əsərlərini bütün həyat və ya müəyyən dövr ərzində satmaq və ya çoxaltmaq müstəsna hüququ əldə etdikləri *müəllif hüquqları*;

c) *ticarət nişanları* - malların, xidmətin və ya firmanın identifikasiyasına (eyniləşdirilməsinə) imkan verən xüsusi rəsmlər, adlar, simvollar (rəqiblərin qeydiyyatdan keçmiş ticarət nişanlarından istifadə etmək qadağandır).

- *Süni inhisarlar*. Bu şərti ad altında (bu təşkilatları təbii inhisarlardan ayıran) inhisarçılıq mənfəəti əldə etmək üçün yaradılan müəssisələrin birləşməsi nəzərdə tutulur. Belə inhisarlar bazarın strukturunu qəsdən dəyişir:

- yeni firmaların sahə bazarına daxil olması üçün maneələr yaradır;

- autsayderlərə (inhisarçılıq birliyinə daxil olmayan müəssisələr) xammal mənbələrinə və enerji daşıyıcılarına çıxışı məhdudlaşdırırlar;

- texnologiyanın çox yüksək səviyyəsini (yeni firmalarla müqayisədə) yaradır;

- daha böyük kapital tətbiq edir (istehsal miqyasının böyüməsindən daha çox təsir göstərən);

- yeni firmaları yaxşı təqdim edilmiş reklamlarla "vururlar".

Süni inhisarlar bir sıra konkret formalar yaradır:

- ***kartel;***

- ***sindikət;***

- ***trest;***

- ***konsern;***

- ***konsorsium.***

Kartel - sənayenin sahəsinin bir neçə müəssisəsinin ittifaqıdır, burada onun iştirakçıları öz mülkiyyətlərini istehsal vasitələri və məhsulları üzərində saxlayırlar, yaradılmış məmulatları isə bazarda özləri satırlar, məhsulun ümumi buraxılmasında, satış qiymətlərində, bazarların bölüşdürülməsində və s. hər bir müəssisənin payı (kvotası) barədə razılığa gəlirlər.

Sindikət - yekcins məhsullar hazırlayan bir sıra müəssisələrin birləşməsi; burada təsərrüfatçılığın maddi şərtləri üzərində mülkiyyət birliyin iştirakçıları tərəfindən saxlanılır, hazır məhsul isə ümumi sərvət kimi xüsusi yaradılmış idarə vasitəsilə satılır.

Trest - sahibkarlar qrupunun istehsal vasitələri və hazır məhsul üzərində yaradıldığı birgə mülkiyyətinin inhisarıdır.

Konsern - rəsmi müstəqil müəssisələrin birliyidir (adətən, sənayenin, ticarətin, nəqliyyatın və bankların müxtəlif sahələrindən), onun çərçivəsində baş firma bütün iştirakçıları üzərində maliyyə (pul) nəzarətini təşkil edir.

Konsorsium - böyük miqyaslı maliyyə və ya kommersiya əməliyyatlarının birgə həyata keçirilməsi barədə bir neçə bank və ya müəssisə arasında müvəqqəti razılışdır.

İnhisarçı birliklərin bütün növlərinin mahiyyəti və xüsusiyyətləri onların davranışının məqsədi və xarakteri ilə aydın şəkildə ortaya çıxır.

İnhisarçı qiymətqoyma qanunları

Bazarda inhisarçılığın hökm sürməsi ümumi qəbul edilən nəticəyə gətirib çıxarır ki, onlar özləri bazar qiymətini müəyyən edirlər. Bu zaman özünəməxsus şəkildə istifadə olunan qanunlar ifadə edilir ki, qiymətlər təklifdən və tələbdən asılıdır.

Belə ki, kütləvi şəkildə mal satan inhisarlar kütləvi təklif

üzrə bazar qiyməti qanunundan öz maraqları üçün istifadə edirlər. Onlar məhsulların süni çatışmazlığı yaratmaq üçün, qəsdən məhsulların satışını azaldırlar (təklifin həcmi azaldır). Bazar nemətlərinin çatışmazlığı təklif üzrə qiymət artımına gətirib çıxarır.

Öz növbəsində kiçik istehsalçılardan malların böyük partiyalarını alan monopsoniya kütləvi tələb üzrə bazar qiyməti qanunundan özünəməxsus şəkildə istifadə edir. Məsələn, kənd təsərrüfatı xammalını əvvəlcədən aşağı qiymətlərlə alır və onun böyük ehtiyatlarını yaradaraq, yeni məhsul yığımı dövründə monopsoniya alınan məhsullara tələbin aşağı qiymətini müəyyən edir. Belə qiymət monopsoniyalara istənilən səmərə verir. Onun uduşu satınalma qiymətlərinin hər yeni azalması ilə artır ki, bu da satışa çıxarılan məhsulun artıq olması zonasının qəsdən yaradılmasının nəticəsidir.

Nəhayət, eyni zamanda inhisarçılıq və monopsoniya olan şirkət öz gəlirini "qiymət qayçıları" vasitəsilə iki dəfə artırır. Söhbət inhisar cəhətdən yüksək və aşağı qiymətlərdən gedir, onların səviyyəsi qayçıya oxşayaraq bir-birindən uzaqlaşır. Qiymətlərin bu hərəkəti malların artıqlığı və çatışmazlığı zonalarının genişləndirilməsinə əsaslanır. O, bir çox emal sənayesi müəssisələri üçün səciyyəvidir ki, onlar xüsusilə inflyasiya şəraitində öz hazır məmulatlarının qiymətlərini hasilat sənayesində qiymətlərin artmasından bir neçə dəfə yüksəkdir.

Bazarda bu cür əlverişli vəziyyəti saxlamaq üçün iqtisadi və digər metodlarla inhisarçı birliklər rəqiblərə qarşı uğurlu mübarizə aparırlar. Belə üsullardan aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

- "*təsərrüfat müharibəsi*" - autsayderlərlə (inhisarçılıq birliyinə daxil olmayan müəssisələrlə) iqtisadi əlaqələrdən qismən və ya tam imtina etməkdir. İnhisarlar onlardan asılı alıcılara digər firmaların məhsullarının keyfiyyəti aşağı səviyyəli olduğundan, bu məhsulları almamağa təklif edirlər;

- *dempinq* - rəqibi müflis etmək məqsədlə malların qəsdən "aşağı" qiymətlərlə satılmasıdır;

- *malların müstəqil (inhisarçılıqdan asılı olmayan) firmalara satılmasının məhdudlaşdırılması (məsələn, neft emalı zavodlarına*

neft tədarükünün azaldılması);

- *qiymətlərin manevr edilməsi*: inhisarçılıq kiçik mülkiyyətçilərə satılan məhsulların qiymətlərini artırır və eyni zamanda böyük alıcılar üçün gizli endirimlər və güzəştlər tətbiq edir;

- *rəqiblərlə mübarizə aparən maliyyə vasitələrinin istifadəsi* (məsələn, fond birjasında qiymətli kağızlarla spekulyasiya);

- *qanunla icazə verilən və icazə verilməyən vasitələrin köməyi ilə rəqiblərin "udulması" və inhisara "qoşulması" məqsədlə onların müflisləşdirilməsi*. İnhisarçılar sərt üsulların geniş arsenalını tətbiq edirlər: rəqiblərin məhsullarını saxtalaşdırırlar, patentləri pozurlar, ticarət və firma nişanlarını kopyalayırırlar, istehlakçıları aldadırlar. Bir çox firmalar öz bazar əleyhdarlarına qarşı "sənaye casusluğu" tətbiq edirlər (bunun üçün elektron vasitələrdən, rəqib müəssisələrin "qaçaq" xidmətlərindən və s. istifadə etməklə gizli olaraq istehsal sirlərini öyrənirlər). Bəzi inhisarlar binaların yandırılması, terror aktlarının və sifarişli qətlərin təşkilinə qədər cinayət xarakterli üsullardan istifadə edirlər.

Artıq XIX əsrin sonlarında məlum olmuşdu ki, inhisarçı birliklər bazar sistemi üçün normal olan münasibətləri dağıdır. Hüquqi və demokratik dövlətlərdə bu cür mənfi hallara cavab olaraq, əks təsirli müvafiq tədbirlər görülür. Söhbət bazar hakimiyyətini mütləq inhisarlara xələl gətirən *antiinhisar qanunverçiliyinin* həyata keçirilməsindən gedir.

Bir çox ölkələrdə dövlət antiinhisar siyasəti və rəqabət bazarının tənzimlənməsini aşağıdakı əsas istiqamətlər üzrə həyata keçirir:

- *birinci istiqamət*: bazarın mütləq inhisarlaşdırılmasının qarşısı alınır. Bu zaman inhisarlaşma dedikdə, istehsalın iriləşdirilməsi deyil, yalnız ticarətin ciddi məhdudlaşdırılması nəzərdə tutulur. **İnhisarlaşmaya qarşı dövlət tədbirlərindən xüsusilə aşağıdakıları qeyd edə bilərik:**

- *Şerman aktı*;

- *Kleyton aktı*.

Şerman aktı (ingiliscə-Sherman act)-ABŞ-ın ilk trestəleyhinə (antiinhisar) qanunudur. Bu qanunla trestin (inhisarçılıq) yara-

dılması və ticarət azadlığına mane olması məqsədilə sövdələşməyə daxil olmaq cinayət elan edildi. Akt federal prokurorları bu cür cinayət birliklərini təqib etməyə məcbur etdi və cərimələr, müsadirələr və 10 ilədək həbs şərtləri şəklində cəza təyin edildi. Şerman aktı bu günə qədər əhəmiyyətli hissədə, Amerika Birləşmiş Ştatlarının Federal Məcəlləsinə (15 hissə, 1-7 paragraflar) daxil edilib. Qanun layihəsinin təşəbbüskarı Con Şerman olmuşdur. O, 1890-cı ildə senator və Senatda respublikaçılar fraksiyasının rəhbəri idi. Şermanın qanun layihəsi ABŞ Senatı tərəfindən 8 aprel 1890-cı ildə (51 səs lehinə, 1 səs əleyhinə), Nümayəndələr Palatası tərəfindən 20 iyun (yekdilliklə) 1890-cı ildə prezident Harrison tərəfindən təsdiq edilmiş və 2 iyul 1890-cı ildə qüvvəyə minmişdir. On il ərzində, prezident Teodor Ruzvelt onu trestləyhinə kampaniyasında fəal istifadə etməyə başlamamışdan əvvəl, bu qanun "yatmışdı". Şerman aktı, trestlərin (inhisara) özünə yox, ticarət azadlığının (həm ABŞ, həm də beynəlxalq dövlətlər arasında) açıq-aşkar məhdudiyətlərinə, o cümlədən Con Rokfeller və onun Standard Oil-a qarşı fərdi olaraq yönəldilmişdir. Qanunda verilmiş trestin tərif ("müqavilə, trest formasında birləşmə və ya ticarəti məhdudlaşdıran başqa formada..."), həm kommərsiya müəssisələrinin birliklərinə qarşı, həm də həmkarlar ittifaqlarına qarşı istifadə etməyə imkan verdi; həmkarlar ittifaqlarına qarşı tədbirlər 1914-cü ildə *Kleyton aktı* ilə aradan qaldırıldı.

- *Kleyton aktı* (ingiliscə-Clayton act) 1914-cü ildə ABŞ-da qəbul edilmiş böyük trestlərin yaranmasına qarşı qanunvericilik aktıdır.

Kleyton aktı dörd əsas müddəadan ibarət idi:

- Bir-birilə bağlı müqavilələrin, yəni alıcının yalnız ona lazım olan məhsulu deyil, həm də tamamilə lazımsız məhsulu almağa məcbur olduğu müqavilələrin məhdudlaşdırılması;

- Qiymət ayrı-seçkiliyinin müəyyən formalara tam qadağan edilməsi;

- Şirkətlərin səhmlərin nəzarət paketini əldə etməklə birləşməsinin məhdudlaşdırılması, bunun sayəsində azad rəqabətin məhdudiyətləri yarana bilərdi;

- Direktorların eyni şirkətin nümayəndəliyi vasitəsilə müxtəlif direktorlar şuralarında qarşılıqlı əlaqələndirilməsinin məhdudlaşdırılması.

1914-cü ildə Konqres Kleyton aktına əlavələr olan Federal Ticarət Komissiyasının Xüsusi Aktını qəbul etmişdir. Akt ticarətdə rəqabətli mübarizə üsullarının qeyri-leqallığını müəyyən etmişdir. 1936-cı ildə Kleyton aktı qiymət ayrışdırılışına qarşı mövcud qanunu gücləndirən *Robinson-Patman aktı* adlanan düzəlişlə tamamlanmışdır. 1950-ci ildə *Seller-Kefover aktının* çıxışı ilə birləşməni daha da məhdudlaşdıran düzəliş edilmişdir.

- *ikinci istiqamət*: rəqib şirkətlərin birləşməsi qadağandır. Belə birləşmə mütləq inhisarlaşmanı gücləndirir və rəqabəti zəiflədir. Doğrudur, antiinhisar qanunvericiliyi istehsal sahəsində mərkəzləşdirmə prosesini (müəssisələrin iri firmalara və ya təsərrüfat birliklərinə birləşdirilməsi) dayandırmır.

- *üçüncü istiqamət*: inhisarçı qiymətlərin müəyyən edilməsi qadağandır (o cümlədən qiymətlərin yüksəldilməsində firmaların "liderliyi" və digər oxşar sövdələşmə növləri).

- *dördüncü istiqamət*: rəqabət sivil formalarda qorunub saxlanılır və dəstəklənir. Bununla əlaqədar "vicdansız" və ya "aldadılmış", dempinq, ərzaq məhsullarının, dərmanların və kosmetik vasitələrin, tibbi alətlərin saxta reklamının tətbiqi və s. rəqabət üsulları qadağan olunur [55].

14.3. XX və XXI əsrlərin astanasında rəqabət və inhisarın inkişafında tendensiyalar. Oliqopoliya – mahiyyəti və məzmunu

Qeyd etmək lazımdır ki, XX və XXI əsrlərin astanasında rəqabət və inhisarın inkişafında bir neçə tendensiya mövcud idi.

Birinci tendensiya - bazarın inhisarlaşdırılmasının gücləndirilməsidir. Elmi-texniki inqilab təsərrüfatın iriləşdirilməsinin daha yüksək səviyyəsinə keçidlə nəticələnib. İstehsalın mərkəzləşdirilməsi milli iqtisadi məkanı əhatə edən güclü təbii inhisarların yaranmasına gətirib çıxartdı (neft və qazın nəqli üçün magistral

boru kəmərləri, elektrik və istilik enerjisinin ötürülməsi yolları və s.). Bundan başqa, milli iqtisadiyyatda öz təbiətinə görə inhisarçı dövlət sektoru yaranmışdır.

İkinci tendensiya - rəqabətin kəskinləşməsinə doğru. Elmi-texniki inqilab istehsalın texniki bazasının təkmilləşdirilməsini qeyri-adi dərəcədə sürətləndirmişdir. Bununla əlaqədar olaraq, yeni iqtisadiyyata malik ölkələrdə rəqabət kəskin şəkildə güclənib, xüsusilə də texnika və texnologiyanın ən yeni nailiyyətlərinin tətbiqi sahəsində. Bu cür rəqabət açıq iqtisadiyyata malik olan bütün ölkələri əhatə etməklə, həqiqətən, qlobal (dünya) rəqabətə çevrilmişdir.

Bazar subyektlərinin qarşılıqlı fəaliyyətinin iki növünün özünəməxsus uyğunluğunun əsas formaları aşağıdakılardır:

a) *inhisarçılıq rəqabəti*;

b) *oliqopoliya*.

İnhisarçı rəqabətdə iki fərqli tərəf üzvi şəkildə təmsil olunur. Onlardan biri ondan ibarətdir ki, firma patent, ticarət və firma nişanlarının köməyi ilə rəqiblərdən müdafiə olunan leqal inhisar yaradır. Eyni zamanda, malların fərqləndirilməsi (müxtəlif formalara bölünmə) – onlara fərdi xüsusiyyətlərin verilməsi (keyfiyyət, forma, rəngləmə, qablaşdırma, satış şərtlərinə görə) də buna imkan yaradır. Digər tərəf isə yekcins malların satıldığı bazarda öz məhsullarının diferensiasiyasını həyata keçirən çoxlu sayda müxtəlif rəqiblərin olmasıdır [30], [31].

Öz xüsusiyyətinə görə rəqabət və inhisar oliqopoliyada birləşir.

Oliqopoliya (yunanca: oligos-az, poleo-satırım)-istehsalda və bazarda kiçik sayda iri firmaların hökmranlığıdır. ABŞ-da oliqopoliya, ümumiyyətlə, bütün məhsulların 60%-ə qədər bazarda satılan dörd aparıcı sahə firmasını təşkil edir. Oliqopoliyalar tez-tez müxtəlif yollarla ("qiymətlərdə liderlik", gizli "centlmen razılaşması" vasitəsilə) antiinhisar qanunlardan yan keçir və bazar qiymətlərinin artımına nail olur və ya ən azı onlara sərfəli qiymətləri dəstəkləyir. Buna görə də istehlak tələbi uğrunda mübarizənin yeni üsulu iş düşür qeyri-qiymət rəqabəti. Bu halda rəqa-

bət məhsulun texniki üstünlüyünün, yüksək keyfiyyətinin və etibarlılığının, daha effektiv satış üsullarının, alıcılara təqdim olunan xidmət növlərinin və zamanətlərin genişləndirilməsi, ödəniş şərtlərinin və digər üsulların əsasında aparılır. Bu zaman elmi nailiyyətlərin istehsal olunan məmulatların xarakterinə və keyfiyyətinə təsirinin gücləndirilməsi, habelə artan içtimai rol və ticarət reklamının əhəmiyyəti nəzərə alınır. Oliqopoliya haqqında əvvəlki fəsildə ətraflı məlumat verilmişdir.

XX-XXI yüzilliklərin astanasında rəqabətin və inhisarın inkişaf prosesinə yekun vurduqda qarşımızda bazar iştirakçılarının qarşılıqlı münasibətlərinin müasir durumu durur. Bu məsələlər aşağıdakı elementləri ehtiva edir:

- 1) azad rəqabətin nisbətən kiçik qalıqları;
- 2) inhisarçılarla autsayderlərin kəskin mübarizəsi (kiçik və orta müstəqil sahibkarlar);
- 3) milli və dünya bazarlarında böyük inhisarçılar arasında rəqabət;
- 4) oliqopoliya iştirakçıları arasında inhisarçı rəqabət və mübarizə;
- 5) inhisarçılıq fəaliyyətinin dövlət tərəfindən məhdudlaşdırılması və rəqabətin sivil formalarda qorunması.

Qeyd etmək lazımdır ki, Qərb ölkələrində bazarın son hədd vəziyyəti yoxdur: nə sivil münasibətlər normalarını pozan azad rəqabətin hökmranlığı, nə də bütün milli təsərrüfatı əhatə edən mütləq, heç nə ilə məhdud olmayan inhisarçılıq.

14.4. Antiinhisar siyasətinin anlayışı və mahiyyəti

Bazar subyektlərinin azad münasibətlərinin baza prinsipləri əsasında fəaliyyət göstərən bazar iqtisadiyyatı özündə yeni firmaların bazara məhdudiyətsiz daxil olma imkanlarını daşıyır, lakin müasir mərhələdə bu şəraitin gerçəkləşdirilməsi bazar iqtisadiyyatını müəyyənləşdirən amillərindən birinin çətinliklərinin olmasıdır. Dünya miqyasında iqtisadiyyatın ən kəskin problemlərindən biri çoxlu sayda vasitələrə qarşı möhkəm "immuniteti" olan bazarın

inhisarlaşdırılmasıdır ki, bu da avtomatik olaraq həm konkret ölkə, həm də bütün dünya iqtisadiyyatının inkişafı üçün nəzərəcarpacaq maneələr məcmusunu əmələ gətirən ciddi problemlər yaradır. İnhisarlar qiymətlərin artımını "formalaşdırır", istehsalın azalması və keyfiyyətli malların səviyyəsinin aşağı düşməsinə və s. yaradır, bu da əhəmiyyətli sosial-iqtisadi ziyana səbəb olur.

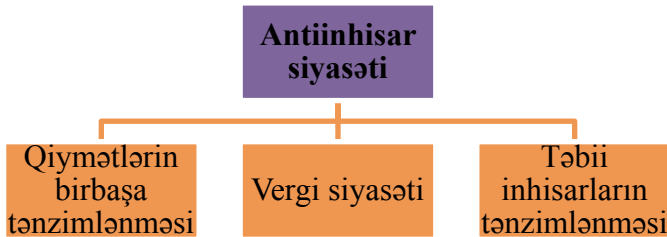
Problemlərin genişliyi ilə inhisarların yaranması dövlətin tənzimləyicisi kimi müvafiq diqqət tələb etdi. Bu onunla bağlıdır ki, dövlət iqtisadi institutun sabitliyinə və maksimum effektivliyinə nail olmaq üçün ölkə iqtisadiyyatına vaxtında təsir göstərməlidir və bunun üçün iqtisadiyyat subyektləri arasında ən böyük imkanlara malikdir. İqtisadi sektorun səmərəli fəaliyyətinə nail olmaq üçün dövlət güclü tənzimləyici alətlərdən istifadə edir və müxtəlif ölkələrin iqtisadiyyatlarında müxtəlif miqyaslara malik olan, inkişaf etmiş ölkələrin üstünlüyündəki əhalinin həyat səviyyəsini təmin edən mövcud sərhədlər çərçivəsində fəaliyyət göstərir, müxtəlif təsərrüfat subyektlərinin bazarında fəaliyyət göstərmək imkanını saxlayır, inhisarların fəaliyyətini məhdudlaşdırır, layiqli rəqabət mühitini təmin edir. İnhisarçılığa qarşı mübarizə üzrə əsas dövlət aləti *antiinhisar siyasətidir*.

Antiinhisar siyasəti rəqabətin qorunması və səmərəli bazar münasibətlərinin təmin edilməsi məqsədlə əmtəə bazarlarında iqtisadi fəaliyyətin aparılması qaydalarının müəyyən edilməsi və həyata keçirilməsi istiqamətində qüvvədə olan qanunvericiliklə yol verilən əsaslara və hədlərə əsasən dövlətin məqsədyönlü fəaliyyətidir.

Antiinhisar tənzimlənməsi aşağıdakı vəzifələri yerinə yetirmək üçün nəzərdə tutulub:

- mövcud iqtisadi vəziyyət üçün əlverişli rəqabət mühitinin formalaşdırılması və inkişafı;
- inhisarçı firmalara və rəqabət mübarizəsinə qarşı normativ-hüquqi bazanın yaradılması;
- rəqabətdə ədalətli rəqib mübarizəsinin və qanunvericilik aktlarının şərtlərinin yerinə yetirilməsinin tənzimlənməsi;
- kiçik və orta sahibkarlığın dəstəklənməsi.

Antiinhisar siyasətinin əsas istiqamətlərini sxem şəklində təsvir etmək olar:



Sxem 14.4.1. Antiinhisar siyasətinin əsas istiqamətləri

Bu vəzifələr antiinhisar siyasəti institutunun iki fəaliyyət istiqaməti vasitəsilə həyata keçirilir:

- a) antiinhisar qanunvericiliyinin hazırlanması;
- b) antiinhisar tənzimlənməsinin qanunvericilik normalarının pozulmasına nəzarəti həyata keçirən orqanlar sisteminin yaradılması.

Hökumətin apardığı antiinhisar siyasətinin əsas mahiyyəti irimiqyaslı iqtisadiyyatdan faydalanmaq və bununla yanaşı, ölkə bazarlarında rəqabətin zəifləməsi səbəbindən meydana çıxan neqativ təsirləri neytrallaşdırmaqdır.

Beləliklə, antiinhisar tənzimlənməsinin bir sıra mühüm məqsədlərini təyin etmək olar:

- bazarda inhisarçılığın zəiflədilməsi;
- bazarda inhisarçılıq hakimiyyətinin sui-istifadənin qarşısını almaq;
- inhisarçılığı məhdudlaşdıran tədbirlər sisteminin yaradılması;
- qeyri-qanuni rəqabətin tənzimlənməsi;
- bazarda yüksək səviyyəli rəqabətin qorunması.

Qeyd etmək lazımdır ki, antiinhisar tənzimlənməsinin məqsədləri bu institutun vəzifələri ilə maksimum oxşarlığa malikdir ki, bu da onun bazarın real tənzimlənməsi üçün zəruri olan fəaliyyətinin dəqiq reqlamentindən xəbər verir.

Bu gün qanunvericilik çərçivəsində antiinhisar fəaliyyəti aşağıdakı növlərə bölünür:

- mahiyyəti struktur vahidi rolunda inhisarların məhdudlaşdırılmasından ibarət olan *Amerika növü*;
- inhisarların konkret simasında inhisarçılığa qarşı mübarizəyə deyil, inhisarların üstünlük təşkil edən vəziyyətinin neqativ nəticələrinin yaradılmasına yönəlmiş *Avropa növü*.

İnhisarların tənzimlənməsi üzrə öz siyasətində hər bir ölkə öz xüsusiyyətlərinə malikdir və öz qanunvericilik modelini seçir, lakin bu növlərdən başqa inkişaf etmiş ölkələr də qarışıq model tətbiq edirlər, burada antiinhisar qanunvericiliyinin əsasında həm Amerika modelinin, həm də Avropa modelinin prinsipləri dayanır ki, bu da antiinhisar institutunun fəaliyyətində qanunvericilik alətləri vasitəsilə inhisarların müxtəlif sahələrinə təsirin ən böyük səmərəliliyi ilə şərtlənir.

Beləliklə, dövlətin antiinhisar siyasəti iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinin ən mühüm vasitəsidir və iqtisadi sistemin bir sıra mühüm problemlərinin qarşısını almağa və ya azaltmağa, inhisarların və onların bazardakı hakimiyyətinin fəaliyyətini məhdudlaşdırmağa, əlverişli rəqabət mühitinin yaradılmasına imkan verir. Antiinhisar tənzimləməsi bir sıra mühüm hədəflərə, onları əsas vəzifələrin siyahısına birbaşa köçürməyə malikdirlər ki, bu da institutun və onun mexanizmlərinin obyektiv təsirliliyini təmin etməyə imkan verir [30], [31].

14.5. Antiinhisar tənzimlənməsinin əsas üsulları və alətləri

Hər hansı bir institutun müəyyən ölkə çərçivəsində olduğu kimi, antiinhisar siyasəti də öz xüsusiyyətlərinə malikdir, o cümlədən inhisarçılıq fəaliyyətinin məhdudlaşdırılması metodlarında və müvafiq olaraq alətlərində.

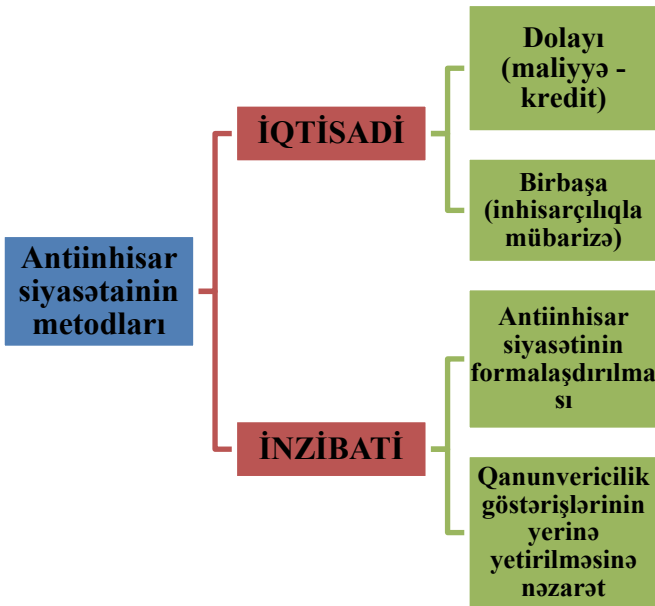
İnhisarçılığın fəaliyyəti ilə bağlı dövlət tənzimlənməsi mexanizmlərinin diferensiasiyası müxtəlif ölkələrdə sosial-iqtisadi mühitin qurulmasının özünəməxsusluğundan, eləcə də iqtisadiyyatın

səmərəliliyinin artırılması məqsədilə iqtisadiyyatın yenidən qurulması üzrə mövcud vəzifələrdən asılıdır.

Antiinhisar siyasəti çərçivəsində təsir mexanizmlərinin siyasətinin müəyyənləşdirilməsinin mahiyyəti seçki prinsipinə əsaslanır.

Bu şərt prioritet statusa malik olan müəyyən istiqamət sisteminə maksimum güclərin daxil edilməsi üzərində müəyyən edilir.

Antiinhisar siyasətinin metodları *sxem 14.5.1-də* təqdim olunub.



Sxem 14.5.1. Antiinhisar siyasətinin metodları

Bu üsulları daha ətraflı nəzərdən keçirək:

1) İqtisadi metodlar. Bu metodlar sisteminin xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, bu cür mexanizmlər dövlətin bütövlükdə təsərrüfatçılıq sahəsinə və onun bölmələrinə təsir göstərməyə imkan verir. Bu metodlar qrupu dövlət tərəfindən rəqabət mühitinin yaradılması məqsədilə yardımçı mexanizmlərin tətbiqi ilə şərtlənən

makrosəviyyəli tənzimləməyə aiddir.

İqtisadi alətlər birbaşa və dolayı vasitələrə bölünür:

a) inhisarçı firmaya birbaşa təsir göstərən metodlar dövlətin fəaliyyətini tənzimləmək məqsədlə onun tərəfindən göstərilir. Bu üsulların tətbiq edilməsinin zəruriliyi bazarın hələ kifayət qədər formalaşmadığı bir şəraitdə aydın şəkildə ifadə edilir və dövlət qarşısında rəqabət mühitinin formalaşdırılmasına və onun münasib fəaliyyət göstərməsinə təsir məsələsi ön plana çıxır. Bu vəziyyətdə dövlət öz qüvvələrini inhisarçıların dominant vəziyyətinin məhdudlaşdırılmasının birbaşa metodları şəklində yeni subyektlərin inhisarçılar tərəfindən yaradılan bazara giriş maneələrinin azaldılmasına yönəldir.

b) antiinhisar tənzimləmə obyektinə dolayı təsir göstərən alətlər iqtisadi proseslərin dəstəklənməsinə əsaslanır, lakin bununla belə, rəqabətin inkişafı və bazarların inhisarlaşdırılmasının məhdudlaşdırılması üçün əlverişli mühit yarada bilər. Bu metodların istiqaməti stimullaşdırıcı alətlərə: kreditləşmə, vergitutma, gömrük tarifləri, büdcə siyasətindən istifadə və s., həmçinin strukturun yenidənqurma, sənaye və iqtisadi siyasətin digər tərkib hissələri zamanı prioritetlərin yerdəyişməsinə yönəldilib.

Antiinhisar tənzimlənməsi çərçivəsində sistemə tətbiq olunan iqtisadi üsullar iqtisadiyyatın demonopolizasiyası və rəqabət mühitinin inkişafı strategiyaları vasitəsilə həyata keçirilən antiinhisar siyasətinin əsas aləti kimi istifadə olunan proqram metodunu formalaşdırır.

Qeyd etmək vacibdir ki, təcrübədə antiinhisar siyasəti prioritet vəzifələri, bazar vəziyyətinin və iqtisadi sistemin xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla işlənilib hazırlanmış birbaşa və dolayı iqtisadi metodların sintezini özündə birləşdirir.

2) İnzibati üsullar. Dövlətin konkret bazar çərçivəsində antiinhisar tənzimləməsinə imkan verən inzibati üsullar onun mənfi tərəfdən inhisarına təsir etməklə, qalan obyektlərin rəqabət qabiliyyətliliyinə müsbət təsir göstərir. İnzibati alətlərin mahiyyəti inhisarçılıq və rəqabətə qarşı qüvvədə olan qanunvericiliyə riayət olunmasına nəzarətin həyata keçirilməsindən ibarətdir.

İnzibati üsullar aşağıdakı aspektlərdə ifadə edilən xüsusiyyətlərinə malikdir:

- belə üsullar onların həyata keçirilməsi üçün əlavə maddi stimulların yaradılması ilə əlaqəli deyil;

- dövlət hakimiyyətinin gücünə və nüfuzuna əsaslanır;

- qadağan, icazə və məcburiyyət tədbirləri daxildir.

İnzibati metodlar sisteminə aşağıdakılar daxildir:

a) bazara daxil olmaq maneələrinin və rəqabətin məhdudiyətlərinin qurulmasına yönəlmiş hərəkətlərin həyata keçirilməsinin qarşısının alınması;

b) bazar konsentrasiyasının nəticələrinin gözlənilən əməliyyatların təsdiqi;

c) icra hakimiyyəti orqanları aktlarının razılaşdırılması;

d) tənbeh sisteminin tətbiqi.

Həmçinin, antiinhisar siyasəti çərçivəsində sadalanan metod sistemlərinə aid olmayan aşağıdakı alətlər geniş tətbiq edilir:

- yeni müəssisələrin təşkili prosedurunun sadələşdirilməsi şəklində özəl biznesin inkişafı üçün şəraitin yaradılması;

- xarici (beynəlxalq) firmalar üçün daxili bazarın açılması vasitəsilə inhisarların hökmranlığının aradan qaldırılması;

- kiçik miqyaslı müstəqil firmalara inhisarların məcburi bölünməsi prosedurunun həyata keçirilməsi;

- bazarda şirkətlərin "birləşmə" və "satın alma"sı üzərində nəzarət;

- xüsusilə böyük inhisarlara malik olan hallarda qiymətlərə və əmək haqlarına total nəzarətin həyata keçirilməsi;

- qiymət ayrı-seçkiliyinə görə cərimələr sisteminin tətbiqi.

Antiinhisar tənzimlənməsinin əsas məqsədlərinin yerinə yetirilməsinə yönəlmiş bütün demonopolizasiya siyasətinin alətləri və metodlarını praktikada həyata keçirməyə imkan verən bir sıra tədbirlər var. Bu tədbirlər siyahısı hər bir alət və ya üsula görə öz tərkibinə və spesifikasiyasına malikdir, rəqabətə təsir etməyə imkan verir, bu tədbirlərin tətbiqi qaydası ilə uyğunluqda müəyyən mexanizmdən istifadə edilir: diferensial və ya məcmu sintezdə; perspektivdə rəqabət mühitini formalaşdıraraq və ya artıq mövcud olanı

müasirləşdirərək. Bundan başqa, praktiki sahədə antiinhisar tənzimləməsi yeni tədbirlərin nisbətən müntəzəm yaranmasına meyil göstərir ki, bu da antiinhisar siyasətini daha səmərəli həyata keçirməyə imkan verir.

Xüsusilə qeyd etmək lazımdır ki, antiinhisar tənzimlənməsi rəqabət mühitinə və inhisara təsir etmək üçün kifayət qədər geniş alət və metodlara malikdir. ***Bu metodlar:***

- təcrübədə tətbiqi seçki prinsipinə əsaslanır;
- milli iqtisadiyyatın, sosial sektorun xüsusiyyətlərinə əsaslanır;
- iqtisadiyyatın maksimal effektivliyə doğru yenidən qurulması üzrə qoyulmuş məqsədlərə malikdir [56].

XV FƏSİL

İSTEHSAL AMİLLƏRİ BAZARI. ƏMƏK, KAPİTAL VƏ TORPAQ BAZARININ FƏALİYYƏTİ

15.1. İstehsal amilləri bazarı – mahiyyəti və əhəmiyyəti

İstehsal amilləri anlayışı

Məhsulları istehsal etmək üçün resurslardan istifadə etmək lazımdır. *İstehsal amilləri* istehsal prosesində iştirak edən iqtisadiyyatın resurslarıdır. Qeyd etmək lazımdır ki, istehsal amilləri *əmək, torpaq və kapital*dir.

Əmək istehsalın təşkilini və məqsədyönlü fəaliyyətini təmin edən sahibkarlıq fəaliyyətini də əhatə edir.

Torpaq istehsal prosesində nemət və xidmətlərin buraxılması üçün istifadə olunan xammal və materiallardır.

Kapital - insanların yaratdığı istehsal vasitələri (torpaq, kapital aktivləri), malların və xidmətlərin istehsalında istifadə olunan vəsaitdir.

İstehsal amilləri dövlətin, onun subyektlərinin, hüquqi və ya fiziki şəxslərin mülkiyyətinə aid olan ümummill iqtisadi resurslardan formalaşır. Ümummill resursların dövlət və ya özəl firmaların öz təsərrüfat fəaliyyəti, o cümlədən gəlir əldə etmək üçün istifadə edə biləcəyi istehsal amillərinə çevrilməsi prosesi qanunvericilik hüquq normaları, habelə hər bir ölkənin ictimai-siyasi, demoqrafik və digər xüsusiyyətləri ilə müəyyən edilir.

Spesifik xüsusiyyətlərin fərqi baxmayaraq, bazar dövriyyəsinə hansı resurs qrupları və istehsal amillərinin daxil edilməsindən asılı olmayaraq, qiymətqoyma **ümumi iqtisadi qanunların** tətbiqinə tabedir. Hər şeydən əvvəl, resursların məhdudluğu, qıtlığı qanunu: iqtisadiyyat bu və ya digər resurslarla nə qədər zəngin olsa da, onlar məhduddur, çatışmır və firmaların bazarlara satış üçün daxil etmək istədikləri nemətlərə olan tələbatlarla müqayisədə kifayət deyil. Beləliklə, resursların məhdudluğu onların bazar qiymətləndirilməsinə, tələb və təklifə uyğun olaraq qiymətin müəyyənləşdirilməsinə ehtiyac yaradır. Bundan başqa, bütün növ

resurslar əməyin ictimai bölgüsü ilə müəyyən olunan təsərrüfat fəaliyyətinin sahə ixtisaslaşması qanunlarına tabedir.

İstehsal amilləri bazarları

Bazar dövriyyəsi prosesinə, yəni istehsal amillərinin tələb və təklif sahəsinə təbii qazıntılarla, meşə, su ehtiyatları, hava məkanı, elektromaqnit və radio dalğalarının yayılma sahəsi kimi resurs qrupları daxil edilmişdir. **Əmək bazarları**, o cümlədən müxtəlif peşə və ixtisasların əməyi öz xüsusiyyətlərinə malikdir. Nisbətən müstəqil, lokal, lakin digər bazarlarla bağlı olan bazarlar **əsaslı texniki, xammal, informasiya vasitələri bazarlarıdır**. İnkişaf etmiş iqtisadiyyat şəraitində on milyonlarla adda resurs və istehsal amili vardır. Bazar sahəsində onların dövriyyəsinə iqtisadiyyatın müxtəlif sahələri üçün resursları investisiya axınlarına çevirən nisbətən müstəqil **kredit pul bazarları** tərəfindən xidmət edilir. Resurs bazarları və onlara xidmət edən **fond bazarları** arzuolunmaz ziddiyyətli meyilləri yüngülləşdirən və istehsalın artmasını stimullaşdıran dövlətin müvafiq iqtisadi siyasəti ilə tənzimlənir.

İstehsal amillərinə tələb

İstehsal amilləri bazarlarının xüsusiyyətləri tələb və təklif qanunlarının təsirində özünü göstərir. İstehsal amillər üçün tələb istehlak malları bazarlarında formalaşdırılan tələbin ikinci səviyyəsidir. İstehsalçı firmaların tələbinin ikinci xarakteri onunla izah olunur ki, onların istehsal resurslarına və amillərinə olan tələbatı yalnız o halda yaranır ki, onlar alıcılara tələb olunan son istehlak mallarının buraxılması üçün tətbiq oluna bilərlər. Beləliklə, firmaların istehsal amillərinə və resurslarına olan tələb yalnız adi istehlak bazarlarında alıcı tələbinin mövcudluğu və təsiri altında yaranır. İstehsal amillərinə tələb, ilk növbədə, istehlak mallarının tələbinin artmasından və ya azalmasından asılı olaraq, arta və ya azala bilər. Alıcı tələbinin təsiri altında istehlak malları və xidmətlərinin çeşidi və strukturu dəyişdikcə, onların buraxılışı üçün tələb olunan resursların və istehsal amillərinin çeşidi və strukturu dəyişir.

Demək olar ki, hərtərəfli, lakin "pərakəndə" xarakterə malik

olan istehlak tələbindən fərqli olaraq, istehsal amillərinə tələb, istehlak təyinatlı məhsul və xidmətlərin istehsalını təşkil və həyata keçirə bilən nisbətən dar qrup iş adamları istehlak təyinatlı mal və xidmətlərin buraxılışını təşkil edən və həyata keçirən sahibkarlar tərəfindən təqdim edilir. İstehlak tələbini öyrənərkən sahibkarlar məhsulun yaxşılaşdırılması, istehlakçı xüsusiyyətləri, yeni növ malların yaradılması üçün istiqamətlər tapmağa çalışırlar. Eyni zamanda, onlar gələcək buraxılış üçün yararlı olan perspektivli, lakin hələ bahalaşmamış resursları aşkar etmək, həmçinin onların mövcud qiymətləri ilə hələ yeni və perspektivli məhsulların buraxılışına planlaşdırılan gələcək qiymətlər arasındakı fərqi müəyyən etmək məqsədilə istehsal amillərinin bazarlarını öyrənirlər. Bu qiymətlərin fərqi gələcək gözlənilən mənfəətdir, rəqiblər tərəfindən görünməyən gəlir əldə etmək üçün potensial imkandır. Bu mənada istehsal amillərinin bazarları sahibkarlara mövcud malların qiymətləri, texniki-iqtisadi xüsusiyyətləri, istehsal xərclərinin səviyyəsi, ayrı-ayrı firmaların təklifinin həcmi və s. haqqında məlumat verir.

İstehsal prosesinin təşkili üçün bir çox amillər tələb olunur ki, bu da qarşılıqlı və ya az dərəcədə bir-birini tamamlayır və ya əvəz edir. Beləliklə, işçilərin əməyi qismən texnika ilə və əksinə, bahalı texnika əlavə sayda işçilərlə əvəz edilə bilər. Təbii xammal ehtiyatları müəyyən keyfiyyət standartlarını pozmadığı təqdirdə süni materiallarla əvəz edilə bilər. Lakin əmək, texnika, xammal ehtiyatları hər bir konkret istehsal prosesində birləşir, qarşılıqlı şəkildə tamamlanır: digər bərabər şərtlər daxilində bu amillərin birinin qiymətinin dəyişməsi onunla əlaqəli resursların və amillərin dəyişməsinə səbəb olur. Məsələn, daha yüksək əmək haqqı və texnikaya nisbətən aşağı qiymət əmək tələbinin azalmasına və işçi qüvvəsini əvəz edə bilən maşınların artmasına və əksinə, səbəb ola bilər. Beləliklə, istehsal amillərinə olan tələb bir-birindən asılı prosesdir, burada istehsala cəlb edilən hər bir resursun həcmi yalnız bu resursların hər biri üçün deyil, həm də onunla əlaqəli olan bütün digər resurslar və amillərin qiymət səviyyəsindən asılıdır. O cümlədən, neft kimi xammal bazar qiymətlərinin aşağı düşməsi bir

çox sənaye sahələrində, kimya sənayesində, neft emalında canlanma və iqtisadi artıma səbəb olur ki, bu da işçi qüvvəsinə, müvafiq texnikaya, nəqliyyat vasitələrinə və s. tələbin artması ilə ifadə olunur.

İstehsal amillərinə tələbin spesifikliyi elastikliyin xarakteristikalarında da özünü göstərir. Beləliklə, tələb daha aşağı qiymətə malik olan amillərə daha elastikdir. Bu, qarşılıqlı əvəzetməni həyata keçirməyə, bahalı resursları sıxışdırmağa, istehsal xərclərini azaltmağa imkan verir. Yüksək və ya artan bazar qiymətləri nisbətən aşağı qiymətə malik alternativ resurslara tələbin "dəyişməsinə" səbəb olur. İstehsalın hər bir konkret amili üzrə tələbin elastikliyi aşağıdakı şərtlərdən asılı olaraq dəyişə bilər:

1) firmaların gəlir səviyyəsi və onların buraxdıqları məhsullara tələb;

2) resursların və amillərin istehsalında istifadə olunan qarşılıqlı əvəzetmə imkanları;

3) münasib qiymətlərlə bir-birini əvəz edən və tamamlayan istehsal amillərinin bazarlarının mövcudluğu.

Eyni zamanda, bütün qruplarda qarşılıqlı əvəzolunan resursların olması hər bir resursa ayrı-ayrılıqda tələbin azalması tendensiyasına səbəb olur, halbuki qarşılıqlı şəkildə tamamlanan resursların əldə edilməsi üçün geniş imkanlar istehsal resurslarına tələbin ümumi artım tendensiyasını yaradır.

İstehsal amillərinin təklifi

İstehsal amilləri bazarında təklif hazırda mövcud olan qiymətlərlə, renta, torpaq və daşınmaz əmlak üçün icarə haqqı, əmək haqqı və təşkilatçılıq, intellektual fəaliyyətdən şəxsi sahibkarlıq gəlirləri, kapital və pul faizi və s. kimi formalarda çıxış edən alqı-satqı sahəsinə daxil olanların sayıdır. Bazarlarda adi istehlak nemətlərinin təklifi kimi, istehsal amillərinin bazarlarında təklifə tələb yaranır. Lakin artıq qeyd edildiyi kimi, bazarlar və təklif bir çox hallarda firmaların gəlir və sahibkarlıq mənfəəti əldə etmək məqsədilə onların istehsal fəaliyyətinə dövrüyyəyə daxil etdiyi amilin xüsusiyyətindən asılıdır. Bununla əlaqədar olaraq, istifadəyə yararlı torpaqların miqdarının, onların qiymətinin və mülkiy-

yəticilərin əldə etdikləri rentanın izlənilməsinə, onun qiymətinin və icarə haqqının səviyyəsinin müəyyən edilməsi üçün daşınmaz əmlaka mülkiyyətin tənzimlənməsinə daim ehtiyac var. Əmək ehtiyatları bazarlarında təklif onların ümumi sayı, iqtisadiyyatın müxtəlif sektorlarında məşğulluq imkanları və müvafiq olaraq işçilərin müxtəlif ixtisas qruplarının ödəmə səviyyəsi ilə məhdudlaşır. Əmək bazarlarının vəziyyətinə ümumi iqtisadi vəziyyət (artım və ya durğunluq), işsizliyin təbii və faktiki səviyyəsi əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Kapital bazarlarında təklifin, həmçinin, bu resursların məhdudluğundan, hasil edilən xammalın mədən resurslarından təklif edilməsi imkanlarından və onların qiymətlərindən irəli gələn; təklif olunan maşınların, avadanlıqların, texniki cihazların, avtomatikanın və onların təkliflərinin qiymətlərinə təsir edən texnologiyaların inkişaf səviyyəsinin ümumi və spesifik xüsusiyyətləri vardır. Sadalanan amillər əsasında iqtisadi tendensiyalar izlənilir, işgüzar proqnozlar tərtib edilir, istehsalın strukturu dəyişir, elektron-kompüter texnologiyaları və internet kimi sistemlər tərəfindən xidmət edilən, informasiya fəaliyyətinin nisbətən müstəqil bazarları olan və müvafiq gəlirlərin əldə edilməsi üçün yeni, müasir sahələr yaranır.

Bazarın adi mexanizmlərinin təsiri altında resurs təklifi konkret resursun spesifikasiyasından, istehsal amilindən asılı olaraq fərqlənən elastikliyin xüsusiyyətlərini müəyyən edir. Məsələn, torpağın təklifi təbii ərazi məhdudluğu nəticəsində həmişə qeyri-elastikdir. Eyni zamanda, alternativ, torpaq əvəzi resursu praktiki olaraq mövcud deyil, bu unikal, təkrar istehsal olunmayan və xüsusilə qiymətli iqtisadi nemətdir. Xammal ehtiyatlarının və istehsal amillərinin əksəriyyəti demək olar ki, yenilənməz və bərpa olunmazdır. Onların təklifi daha elastikdir ki, bu da hasilat həcmlərinin (kvotalaşdırma ilə) və bazarlara müvafiq qiymətlərlə tədarüklərin tənzimlənməsinə nail olur. Bu resurs qrupunun təklifinin elastikliyinə alternativ, bir-birini əvəz edən, o cümlədən süni xammal və materialların növlərinin tapılması imkanları da təsir göstərir. Bazarlarda əmək təklifinin elastikliyi də onların məhdud, sabit miqdarı ilə bağlıdır. Bu təbii resurs kifayət qədər yavaş - yavaş

dəyişir (nəsillərin dəyişməsi 25 ilə bərabər dövrüdür). Eyni zamanda, müasir iqtisadi və texnoloji proseslərin dəyişmə dövrləri baxımından kifayət qədər uzun müddətdir. Məsələn, iqtisadiyyatın vəziyyəti faiz dərəcəsi kimi alətlərin təsiri altında üç aydan altı aya qədər dəyişə bilər: kredit-investisiya prosesinin canlanmasından və ya ləngidilməsindən asılı olaraq əmək haqqı dərəcələrinin səviyyəsi, müvafiq olaraq əmək təklifi, əmək resurslarının məşğulluğunun vəziyyəti bütövlükdə dəyişir. Və ya başqa bir misal: vergilərin, aksizlərin, yığımların dəyişməsi istehsal miqyasını dəyişdirə biləcək inflyasiya gözləntilərinin adekvat reaksiyasına səbəb olur, o cümlədən də əmək bazarlarında təklifi, əmək resurslarının məşğulluq və işsizlik səviyyəsini [32], [33].

15.2. Əmək bazarı və əmək münasibətləri. Əmək haqqının iqtisadi təbiəti

Əmək bazarı - mahiyyəti və strukturu

Bazar iqtisadiyyatı ayrı-ayrı subbazarlardan, bazar seqmentlərindən və yerlərdən ibarət olan məhsul və xidmət bazarlarını, istehsal amillərinin bazarlarını əhatə edən ayrı-ayrı bazarların qarşılıqlı təsirini nəzərdə tutur. İstehsal amillərinin bazarları arasında əmək, torpaq və kapital bazarları fərqləndirilir ki, onlar olmadan mal və xidmət bazarı fəaliyyət göstərə bilməz. Əmək bazarında bazarın bütün elementləri mövcuddur: bazarın subyektləri və obyektləri, bazar seqmentləri və yerlər, tələb və təklif, həmçinin, əmtəə - bütün xüsusiyyətləri ilə işçi qüvvəsi. Əmək bazarı dedikdə, işəgötürmə və işçi qüvvəsinin təklifi və ya onun alqı-satqısı ilə bağlı iqtisadi münasibətlər sistemi başa düşülür. Əmək bazarında əmtəəni işçi qüvvəsi, yəni insanın əmək qabiliyyəti, yaxud onun əqli və fiziki qabiliyyətlərinin, ixtisasının, maddi və qeyri-maddi nemətlərin yaradılması üçün zəruri olan təcrübəsinin məcmusu təşkil edir. İşçi qüvvəsi insandan ayrılmazdır. İşçi qüvvəsinin təklifini onlara gəlir təmin edəcək iş almaq istəyən insanlar təşkil edir; bu kateqoriya müəyyən müddət ərzində öz işçi qüvvəsini müəyyən haqq müqabilində sata biləcək və satmaq istəyən

insanların sayı ilə ifadə olunur. İşçi qüvvəsinə tələb-müəyyən müddətə işçi qüvvəsini haqq müqabilində almağa hazır olan işəgötürənlərin sayıdır. Beləliklə, əmək bazarı satıcıları və alıcıları birləşdirir. Bu bazarda tələb qanunu aşağıdakı şəkildə ortaya çıxır: işçi qüvvəsinin satıcılarının öz işlərinə görə almaq istədikləri ödəniş nə qədər yüksək olsa, daha az miqdarda işə götürüləcəkdir. Əmək bazarında təklifin qanunu belə ifadə olunur: işəgötürənlərin iş yerinə yetirmək üçün ödəməyə hazır olduqları haqq nə qədər yüksək olarsa, daha çox adam onu yerinə yetirməyə hazırdır. Malın qiyməti "işçi qüvvəsi" əmək haqqının miqdarıdır və ya əmək xidmətlərinə görə muzzdlu işçiyə ödənilən pul məbləğidir. Əmək bazarında tələb və təklifin qarşılıqlı təsiri nəticəsində işəgötürən tərəfindən təmin edilən iş yerlərinin sayı və verilmiş işi yerinə yetirməyə hazır olan insanların sayı üst-üstə düşərsə, əmək haqqının tarazlıq dərəcəsi müəyyən edilir. Amma bu vəziyyət bir qayda deyil, onun istisnasıdır. Buna görə də işçi qüvvəsinin qiyməti, həmçinin, işəgötürənin işçiyə verdiyi müxtəlif fayda və güzəştlərlə də müəyyən edilir. Bu, mənzil, qidalanma, iş yerinə gəlmək üçün kompensasiya, daha uzun müddətli məzuniyyət və s. ola bilər.

Əmək bazarının seqmentasiyası aşağıdakı meyarlara əsasən yerinə yetirilir:

- *ərazi (əmək bazarı regional bazarlara bölünür);*
- *peşəkar (peşələr və ixtisaslar üzrə);*
- *əməyin xarakteri (fiziki əmək işçiləri bazarı, əqli əmək işçiləri bazarı);*
- *ixtisas (yüksək ixtisaslı işçilərin, orta ixtisas işçilərinin, ixtisassız heyətin əmək bazarı).*

Bazarın seqmentasiyası məşğulluq və işsizliyin səviyyəsini müəyyən etmək üçün hər bir işçi kateqoriyası üzrə əmək bazarının vəziyyətini qiymətləndirməyə imkan verir, yəni bazarın hər bir seqmentində tarazlıq şərtlərini müəyyənləşdirir.

Əmək bazarında işçi qüvvəsinə olan tələb məhsul və xidmətlərə olan tələbdən irəli gəlir ki, bu da işəgötürənlərin müəsisələrindəki iş yerlərinin sayını artırır. Buna görə də əmək bazarında işçi qüvvəsinə olan tələbin miqdarı ölkənin iqtisadi vəziyyə-

tindən və ayrı-ayrı məhsul və xidmətlərə olan tələbdən asılı olaraq dəyişir.

Əmək bazarının dəyişməsi

Əmək bazarında obyektiv səbəblərin yaratdığı dəyişikliklər daim baş verir. Belə ki, son onilliklərdə inkişaf etmiş ölkələrin işçi qüvvəsinin sahə strukturunda iki mühüm tendensiya müşahidə olunur: -kənd təsərrüfatı ilə məşğul olan işçilərin sayının azalması; - xidmət sahəsi işçilərinin sayının əhəmiyyətli dərəcədə artması: o, daim genişlənir və içtimai əmək əlavəsinin aparıcı sahəsinə çevrilir. Məsələn, Rusiyada, maddi istehsal zonasında aktiv əhəlinin 50%-dən çoxu, xidmət sahəsində isə 40%-i fəaliyyət göstərir.

Hazırda işçi qüvvəsinin peşə ixtisas strukturunda əhəmiyyətli dəyişikliklər baş verir. Bu kateqoriyaya üç müstəqil, bir-biri ilə sıx bağlı anlayışlar daxildir:

- işçi qüvvəsinin peşəkar strukturu;
- onun ixtisas strukturu;
- ixtisas məzmunu.

Bu zaman peşəkar struktur dedikdə müxtəlif peşə və peşəkar qruplarının, ixtisas strukturu adı altında müxtəlif ixtisas səviyyəsi işçilərinin məcmusu başa düşülür. Müxtəlif peşələrin kvalifikasiyasının məzmunu bu işi yerinə yetirmək üçün tələb olunan bacarıqların, biliklərin, təcrübənin və digər ixtisas komponentlərinin toplusudur. Elmi-texniki tərəqqinin (ETT) inkişafı ilə bağlı prinsiplər olaraq yeni peşələrin mütəxəssislərinin sayı xüsusilə sürətlə artır. Bunlar gen mühəndisliyi, elektron hesablama texnikası və s. sahəsində mütəxəssislərdir. Eyni zamanda, informasiya texnologiyalarının tətbiqi bir sıra yüksək ixtisaslı işçilərə və informasiyanın toplanılması və sistemləşdirilməsi ilə məşğul olan aşağı idarəetmə heyətinə olan tələbatı azaldır. Bu gün iş ala bilən mütəxəssislərin sayı mal və xidmət bazarında işlərin vəziyyəti ilə müəyyən edilir və bu da öz növbəsində iqtisadi informasiyanın emalından asılıdır.

Müasir işçi qüvvəsinin keyfiyyətli təkamülünün xarakterik xüsusiyyəti onun təhsil səviyyəsinin artmasıdır. Əmək bazarında təkamülün əsas istiqaməti əsasən dəzgah və aqreqatların əllə idarə

edilməsindən ibarət olan əsasən fiziki işdən, istehsal proseslərinin təhlili və nəzarətində ifadə olunan əsasən qeyri-fiziki əməyə keçməkdən ibarətdir. Yeni tip işçi kvalifikasiyasının əvəzsiz atributu daim təkmilləşən texnikaya, əməyin və istehsalın təşkilinin yeni formalarına tez uyğunlaşmaqdır. Bu prosesdə xüsusi rol fərdi kompüterlərə, həmçinin avtomatlaşdırılmış layihələndirmə sistemlərinə məxsusdur.

Əmək bazarına ETT-nin inkişafı əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bununla yalnız yeni maşın və mexanizmlərin yaranması deyil, həm də məhsul istehsalının material tutumunun və əmək intensivliyinin azalması da bağlıdır. Fərdi maşın və mexanizmlərin gücünün artması işçi qüvvəsinə olan ehtiyacı azaldır. Yeni qeyri-ənənəvi sahələrin yaranması daha yüksək ixtisaslı işçi qüvvəsinə tələbin artmasına gətirib çıxarır. Beləliklə, ETT əmək bazarına aşağıdakı ikili təsiri göstərir:

- bəzi hallarda işçi qüvvəsinə olan tələbi azaldır;
- digər hallarda isə işçi qüvvəsinə olan tələbi artırır.

İşçi qüvvəsinə olan tələb və təklif də demoqrafik amillərlə, yaxud doğum səviyyəsi, əhalinin həyat müddəti və yaş strukturu ilə müəyyən edilir. Əhalinin miqrasiya prosesi işçi qüvvəsinin təklifinə ciddi təsir göstərir: immiqrasiya işçi qüvvəsinin təklifini artırır, emiqrasiya isə bu təklifi azaldır. Misal üçün, 1980-ci illərin sonundan MDB ölkələrindən ABŞ, Kanada və Qərbi Avropa ölkələrinə gedən yüksək ixtisaslı və nadir mütəxəssislərin axını müşahidə olunurdu.

İşçi qüvvəsinin təklifinin dinamikasına təsir edən mühüm amil əmək qabiliyyətli əhalinin müxtəlif qruplarının iqtisadi fəallığının dərəcəsidir. Əmək bazarında işçi qüvvəsinin təklifi bir insanın müxtəlif peşələrə sahib olmaq və həyat boyu yenidən öyrənmək qabiliyyətindən asılı olaraq dəyişə bilər. MDB ölkələrində elmi-tədqiqat institutlarının dövlət maliyyələşdirilməsinin azalması ilə əlaqədar çoxlu sayda elmi işçi ixtisarla işdən çıxarılıb, onların əksəriyyəti peşəni dəyişiblər (peşəkar mobillik). Bu, işçi qüvvəsinə tələbin strukturunun dəyişməsinə gətirib çıxardı. Ərazi hərəkətliliyinin nümunəsi insanların yaşayış yerlərini iş əldə etmək üçün

dəyişməyə hazır olmasıdır.

İşçi qüvvəsinin təklifinə peşənin prestijliyi və asudə vaxtın olması kimi amillər təsir göstərir. Belə ki, son vaxtlara qədər texniki ixtisas üzrə iş nüfuzlu hesab edilirdi, hal-hazırda iqtisadi profil (iqtisadçı, mühasib, auditor, bank işçisi) prestijlidir. Bundan əlavə, bir sıra insanlar üçün yüksək əmək haqqı prioritet deyil: onlar asudə və istirahət vaxtını artırmaq üçün əmək haqqını qurban verirlər.

Minimal əmək haqqı

Əmək bazarının əsas xüsusiyyəti onun dövlətdən asılılığıdır, ona görə də bu bazarda işçi qüvvəsinin qiymətinin aşağı düşməsinin həddi var. Bu hədd minimum əmək haqqı adlanan məbləğlə müəyyən edilir. Onun dəyəri qanunla təsdiq edilir. ***Minimal əmək haqqının*** müəyyənləşdirilməsinin əsası **yaşayış minimumudur**, yəni qida məhsullarının həcminin fizioloji normalardan aşağı olmaması, habelə onun ilk zərurət predmetlərinə və bir sıra digər xidmətlərə olan tələbatının minimum lazımı səviyyədə ödənilməsi üçün insana lazım olan məbləğdir.

Əmək münasibətləri

Əmək münasibətlərinin formalaşması istehsalın uğurlu inkişafında mühüm amildir. Əmək motivasiyasına əmək haqqının səviyyəsi, gəlirlərin bölüşdürülməsində ədalətlik, hər cür güzəştlər, əmək şəraiti, zəmanətli maraqlı iş, özünütəsdiq və ya karyera baxımından rəhbər vəzifələr tutmaq istəyi kimi stimullar təsir edir. İşçiyə ən güclü təsir insan tələbatının ən inkişaf etmiş forması kimi işə maraq göstərir. Tələbatdan fərqli olaraq, inkişaf etmiş maraq insanı yaradıcı fəaliyyət göstərməyə sövq edir, bazar münasibətləri isə elə güclü amildir ki, iqtisadi marağa stimullaşdırıcı təsir göstərir, şəxsiyyətin və ya kollektivin iqtisadi azadlığını təmin edir, mövcudluq vasitələrinin mənbəyi kimi deyil, maraqlı və normal həyat üçün şərt kimi əməyə münasibəti dəyişməyə məcbur edir. Bazar münasibətlərinin inkişafı, istehsal vasitələrinə xüsusi müliyyətin tanınması işçinin istehsal vasitələrindən kənarlaşmasının aradan qaldırılmasına gətirib çıxardı ki, bu da əmək fəaliyyətinin gücləndirilməsinə əlavə və çox əhəmiyyətli bir səbəb oldu.

İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, müasir kapitalizm, K.Marks "Kapital"da qeyd etdiyi muzzdlu əməyin istismarı ilə fərqlənən XIX əsrin kapitalizmini qabaqlayıb. Müasir cəmiyyətdə muzzdlu işçinin istismarının xüsusiyyəti onun işlədiyi müəssisənin mənfəətində iştirakıdır. Muzzdlu işçi əmək haqqı almaqla yanaşı, müəyyən kapitalın səhmdarı və sahibi kimi mənfəət əldə edə bilər. Sahibkar isə kapital sahibi olmaqla, kapitaldan gəlir əldə etməklə yanaşı, əmək haqqı da əldə edir, yəni o, eyni zamanda kapital sahibi və muzzdlu işçi olur. Muzzdlu işçi ilə sahibkar arasında bu cür cəhətlərin sərhədlərin silinməsi istehsalın daha səmərəli inkişafına, onun gəlirliliyinin artmasına və deməli, cəmiyyətin və bütövlükdə milli iqtisadiyyatın həyat səviyyəsinin yüksəlməsinə gətirib çıxarır. Keçmiş SSRİ-də, o cümlədən, ölkəmizdə dövlət, demək olar ki, yeganə işəgötürən olaraq, iş yerlərinin yaradılmasını inhisarlaşdırmış, insanın öz qabiliyyətindən istifadə etmək hüququnu əmək qüvvəsinin aşağı qiyməti və iş yerinin kiçik seçim azadlığı işçinin işəgötürəndən tam asılılığına gətirib çıxarmışdır. Əmək motivasiyası cüzi olmuşdur, buna görə də ETT-nin inkişafı, dövlətin iqtisadi fəaliyyətinin gücləndirilməsi, konqlomeratların və konsernlərin artması nəticəsində əməyə həqiqi motivlər yarada bilən güclü stimullaşdırıcı alətlərə ehtiyac var idi, muzzdlu işçilərin vəziyyəti dəyişdi. Amerikalı alimlərin fikrincə, iqtisadi maraqlar əmək münasibətləri ilə həmahəngdir və bu münasibətlər daha da sülh xarakteri alır. Bu vəziyyətin səbəbləri ondan ibarətdir ki, istehsalatda işləyənlər öz işi qüvvəsinin bərpası üçün kifayət qədər gəlir əldə edirlər. Bundan başqa, işçi sosial təminat kompleksi və iş-tər müəssisənin mənfəətində, istərsə də istehsalatın idarə olunmasında iştirak etmək imkanı əldə edir, müəssisələr isə öz növbəsində muzzdlu işçinin həyat və sosial səviyyəsinin yaxşılaşdırılmasında maraqlıdır.

Kollektivlərin iqtisadi maraqlarını iki qrupa bölmək olar:

- 1) müəssisənin investisiya fəaliyyəti ilə bağlı;
- 2) əmək haqqının səviyyəsi və onun istehsal olunan mal və xidmətlərin qiymət səviyyəsinə uyğun olması və müəssisədə mənfəətin bölüşdürülməsi ilə bağlı.

Uzunmüddətli və cari maraqların bu qrupları arasında əmək haqqının məbləği ilə mənfəətin uzunmüddətli dövr ərzində artırılması üçün nəzərdə tutulan hissəsi arasında ziddiyyət yaranır. Bəzi ölkələrdə muzzdlu işçiləri və sahibkarı vahid əmək kollektivi kimi təqdim etmək çətindir. İşçinin marağı mümkün qədər çox almaq arzusu ilə müəyyən edilir və sahibkarın marağı ondan ibarətdir ki, böyük iş görə mümkün qədər az pul versin. Ona görə də müəssisənin kollektivi, bir qayda olaraq, uzunmüddətli deyil, özü isə çox vaxt rentabəlsiz olur və fəaliyyətini dayandırır. Bu baxımdan, bir çox müəssisələr müxtəlif növ səhmdar cəmiyyətlərə (MMC və ya SC) çevrilərək, onların mövcudluğunu dayandırdıqda və ya "sağ qalmaq" həddində olduqda, özəlləşdirmənin nəticələri özünü göstərir. Belə müəssisələrin mənfəəti, bir qayda olaraq, kiçikdir, əmək haqqı və gəlirləri aşağıdır.

Əmək münasibətlərində dövlətin rolu

Bazar münasibətlərinin və onların bir hissəsi kimi əmək münasibətlərinin əsas subyektlərindən biri dövlətdir. Əmək münasibətlərində dövlətin rolu aşağıdakılardan ibarətdir:

- a) o, zəmanətli minimum əmək haqqını təmin edir;
- b) gəlirlərin indeksləşdirilməsini müntəzəm keçirir;
- c) əmək rejimini (iş gününün müddəti, məzuniyyətin verilməsi) tənzimləyir; bütün kateqoriyalı məşğulların əmək şəraitini reqlamentləşdirir.

Keçmiş SSRİ - də iqtisadiyyatın komanda inzibati idarəetmə dövründə əmək münasibətlərinin sərt modeli tətbiq edilmişdir. Dövlət üç nəfər adından çıxış edirdi və muzzdlu işçilərin, sahibkarların və özünün maraqlarını ifadə edirdi. Son illər keçmiş SSRİ respublikalarında əmək münasibətləri əhəmiyyətli dərəcədə dəyişmişdir. Yeni həmkarlar ittifaqı strukturlarının formalaşdırılması prosesi fəal gedir, müxtəlif korporativ birliklər və sahibkarlar ittifaqları yaranmışdı. Əmək münasibətləri və tətillər baş verir. Məsələn, Rusiya Federasiyası prezidentinin hökumət, həmkarlar ittifaqları təşkilatları və sahibkarlar arasında sosial-iqtisadi məsələlər üzrə baş sazişlərin respublika səviyyəsində hər il bağlanmasını nəzərdə tutan "Sosial tərəfdaşlıq və əmək mübahisələrinin həlli

haqqında" Fərmanı qəbul edilməsinə baxmayaraq, dövlət hələ istehsalın səmərəliliyinin artırılmasında öz imkanlarını, deməli, əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsində öz rolunu reallaşdırmayıb. Hal-hazırda bu fərman qüvvədən düşüb və kollektiv əmək mübahisələrinin həlli qaydası yeni, beynəlxalq standartlara uyğun qanun və hüquqi - normativ aktlarla tənzimlənmişdir.

Sahibkarlıq təşəbbüsünün inkişafı üçün əlverişli şəraitin yaradılması ölkənin milli sərvətinin artmasına şərait yaradır. Lakin sərt vergi sistemi sahibkarlığın inkişafını ləngidə bilər. Bəzi ölkələrdə bu sistem qurulub ki, kiçik müəssisələr sabit istehsalın təşkilində maraqlı deyillər, çünki sabahkı günə əminlik yoxdur. Sahibkarlığın inkişafını ləngidən digər məqam pul vəsaitinin çatışmaması, müvəqqəti sərbəst pul vəsaitlərindən, səfərbər edilmiş bank sistemindən istifadə edə bilməmək və s.-dir. Əmək münasibətlərinin bütün subyektləri yalnız o şərtlə fəaliyyət göstərməlidir ki, ölkənin insan və elmi potensialından səmərəli istifadə etmək mümkün olsun.

İşçi qüvvəsinin işə götürülməsi

Bazar iqtisadiyyatında hakim olan sistem - işçi qüvvəsinin işə götürülməsi sistemidir. İşə götürənlə müddü işçi arasında istehsal və mənfəətin mənimsənilməsi və onun istehsal prosesinin iştirakçıları arasında yenidən bölüşdürülməsi üzrə münasibətlər sistemidir. İşçi qüvvəsinin əmtəə kimi spesifik xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, o, əlavə dəyər yaradır. İşəgötürən üçün işçilərin işə götürülməsinin məqsədi malların və xidmətlərin istehsalının artırılması hesabına kapitalın artırılması, müddü işçi üçün işə götürmənin məqsədi – yaşamaq vəsaitinin əldə edilməsi, şəxsi qabiliyyət və meyillərin həyata keçirilməsidir. İşəgötürmə münasibətləri yalnız kifayət qədər iri istehsal və istehsal vasitələrinə böyük mülkiyyət şəraitində yaranır. İstehsal vasitələrinə kiçik mülkiyyət şəraitində işəgötürmə münasibətləri olmaya bilər, çünki mülkiyyətçi və müddü işçi eyni şəxsə çıxış edə bilər. Əgər kapitalizmin inkişafının erkən mərhələlərində işəgötürmə münasibətləri subyektlərinin sərt sinif qütbləşməsi mövcud idisə, hazırda işəgötürənlər əsasən fərdi kapital mülkiyyətçiləri, iki keyfiyyətdə çıxış edən kollektiv

mülkiyyətçilər isə kapital mülkiyyətçiləri və muzzdlu işçilər kimi çıxış edirlər.

İşəgötürmənin aşağıdakı formaları var:

- *kollektiv müqavilə;*
- *müqavilə;*
- *ömürlük;*
- *həmkarlar ittifaqlarının tövsiyəsi ilə;*
- *qismən, müvəqqəti və evdə işləmək.*

Kollektiv müqavilə yolu ilə işə götürmə sistemi

İşə götürmənin əsas forması kollektiv müqavilə hesab edilir. Belə forma, bir tərəfdən əmək və işə götürmə sistemi şəraitinə dair işəgötürən, digər tərəfdən isə işçilərin bir və ya bir neçə nümayəndədən ibarət təşkilatı, belə təşkilatlar olmadıqda, işçilərin özlərinin nümayəndələri tərəfindən təsdiq edilmiş yazılı razılaşmadır. Bir çox ölkələrdə (AFR, Fransa, İtaliya, Yaponiya) kollektiv müqavilələr bir il və ya üç ildən artıq olmayan müddətə bağlanır. Kollektiv müqavilə yalnız işçilərin hüquqlarının müdafiəsi vasitəsi deyil, həm də sosial tərəfdaşlıq vasitəsi və əmək münasibətləri iştirakçılarının maraqlarının razılaşdırılması forması, habelə qeyd edilmiş dövr üçün bazar iqtisadiyyatı şəraitində işçi qüvvəsinin qiymətinin müəyyən edilməsidir.

Kollektiv müqavilələr əsasında əmək münasibətlərinin tənzimlənməsi sistemi əmək haqqının artırılması və digər işə götürmə sistemi şərtlərinin yaxşılaşdırılması vasitəsi kimi meydana çıxsa da, XIX əsrin ortalarına qədər əmək münasibətləri təsadüfi xarakter daşıyırdı. 1949-cu ildə Beynəlxalq əmək Təşkilatı tərəfindən "Əxlaq prinsiplərinin tətbiqi və kollektiv danışıqların aparılması haqqında" Konvensiya, habelə "Kollektiv müqavilələr haqqında" (1951) tövsiyə qəbul edilmişdir. Göstərilən sənədlərə uyğun olaraq müəssisənin kollektivi ilə işəgötürən arasında əmək müqavilələrinin bağlanması hüquqi əsasları dövlət tərəfindən müəyyən edilir və aşağıdakı bölmələri əhatə edirdi:

1) əməyin forma, sistem və ödənilməsi qaydalarını nəzərdə tutan tarif müqaviləsi;

2) əməyin təşkili və normalaşdırılması;

- 3) əlavə zəmanət və kompensasiya;
- 4) iş vaxtı, mühafizə və əmək şəraiti;
- 5) işdən azad olunan işçilərin məşğulluğunun təmin edilməsi, ixtisasartırma, kadrların hazırlanması və yenidən hazırlanması;
- 6) xalis mənfəətdən istifadə istiqamətləri.

Məsələn, ABŞ həmkarlar ittifaqlarının üçpilləli strukturuna malikdir. Bura daxildir:

- AƏF-İHİK Milli İttifaqlar Federasiyası (Amerika Əmək Federasiyası - İstehsalat Həmkarlar İttifaqları Konqresi);

- milli ittifaq (sahəvi);

- yerli ittifaq.

Bu strukturda kollektiv müqavilə əmək haqqının səviyyəsinin dəyişməsinə, əmək şəraitini, əlavə güzəştlər müəyyən edərək yerli ittifaq imzalayır. Bundan başqa, əmək münasibətləri üzrə AƏF-İHİK ilə birlikdə kollektiv müqavilələrin bağlanmasına nəzarət edən milli idarəetmə mövcuddur. Hər bir orta və iri şirkətin tərkibində əmək münasibətləri üzrə vitse-prezident vardır. Ərazi səviyyəsində həmkarlar ittifaqı fəalları komitəsi fəaliyyət göstərir və bu komitə mübahisəli məsələlərin həllində həmkarlar ittifaqları və sahibkarlar arasında vasitəçi kimi çıxış edir.

Müqavilə ilə işə götürmə sistemi

İşəgötürmənin digər forması müqavilə sistemidir. Müqavilə yazılı şəkildə olur, hər iki tərəfin vəzifələrini müəyyən müddətə müəyyən edən sənəddir. Bu işə götürmə forması, adətən, işəgötürmə subyektləri ilə işləyərkən, rəhbərlərə, mütəxəssislərə, yüksək ixtisaslı fəhlələrə, dövlət qulluqçularına, elmi işçilərə, yaradıcılıq peşələrinin işçilərinə tətbiq edilir. Müqavilə sisteminin həm müsbət, həm də mənfi tərəfləri var. Məsələn, müəyyən müddətə bağlanan müqavilə işçini daha çox səmərə ilə işləməyə təhrik edir, lakin işəgötürən istənilən vaxt müqaviləni dayandıra və arzuolunmaz işçidən xilas ola bilər. Ona görə də müqavilə sistemi müddətli işçilərin sosial müdafiəsini az dərəcədə təmin edir.

Ömürlük işəgötürmə sistemi, işəgötürənlərin və sahibkarların bir-birinə daha yaxın olduğu və müəssisənin çiçəklənməsində maraqlı olduğu Yaponiyada geniş yayılmışdır. Bu sistemin əsas

müddəaları aşağıdakılardan ibarətdir:

1) işçiyə bu müəssisədə müəssisə tərəfindən təmin edilən pensiyaya çıxmazdan əvvəl ömürlük işə götürmə zəmanəti verilir;

2) bu müəssisədə işçinin yaşından və stajından asılı olaraq hər il artırılması nəzərdə tutulan xüsusi əmək haqqı sistemi tətbiq edilir;

3) nə həmkarların sahə təşkilatı, nə kollektiv, yalnız firma təşkilatı prioritetlidir.

Yaponiyada ömürlük işəgötürmə sistemi böyük şirkətlərin 30%-dən çoxunu, o cümlədən aparıcı birini "Toyota" avtomobil istehsalçısını əhatə edir. ABŞ-da IBM şirkəti ömürlük işə götürmə sistemindən istifadə edir. Bu şirkətlər üçün yeni işçilərin işə götürülməsinin mütəmadi olaraq dayandırılması, yenidən ixtisaslaşma proqramının keçirilməsi, pensiyaya vaxtından əvvəl çıxmaq, şirkət çərçivəsində əmək resurslarının manevr etməsi, bazar konyukturasının pisləşməsi dövründə iş həftəsinin azaldılması, növbədən-kənar məzuniyyətlərin verilməsi və s. kimi üsullar səciyyəvidir. Bu cür müəssisənin vəzifəsi ixtisaslı işçiləri qoruyub saxlamaqdan, onları daha məhsuldar və səmərəli işləməyə həvəsləndirməkdən ibarətdir. Bu tədbirlərin bəziləri Rusiya müəssisələrində də tətbiq olunur.

Həmkarlar ittifaqlarının tövsiyəsi əsasında işə götürmə Meksikada və digər ölkələrdə tətbiq olunur.

İşə götürmənin fərdi formaları işsizliyin azaldılması məqsədi daşıyan bir sıra ölkələrin hökumətlərinin siyasəti ilə bağlı geniş yayılıb. ABŞ - da belə bir işəgötürmə forması 20%, Fransada-15 %, İngiltərədə-30%-ə yaxındır.

Əmək haqqının mahiyyəti və funksiyaları

Əmək haqqı istehlaka yönəldilən vəsaitlərin əsas hissəsidir. Kollektivin işinin yekun nəticələrindən asılı olaraq gəlirin (xalis məhsulun) payını və sərf olunan əməyin miqdarına və keyfiyyətinə, hər kəsin real əmək töhfəsinə və qoyulan kapitalın miqdarına uyğun olaraq işçilər arasında bölünən hissəni təşkil edir.

Əmək haqqının mahiyyəti ondan ibarətdir ki, bu əmək haqqı hər bir işçinin ictimai istehsalda xərclədiyi əməyin miqdarına və keyfiyyətinə görə şəxsi istehlak və bölgünün məqsədinə yönəldil-

miş milli gəlirin bir hissəsində işçilərin pulda ifadə olunmuş payıdır.

İqtisadi nəzəriyyədə əmək haqqının təbiətinin müəyyənləşdirilməsinin iki əsas konsepsiyası mövcuddur:

a) əmək haqqı əməyin qiymətidir. Onun miqdarı və dinamikası bazar amillərinin, ilk növbədə, tələb və təklifin təsirindən formalaşır;

b) əmək haqqı malın dəyərinin pul ifadəsidir - "işçi qüvvəsi" və ya "malın dəyərinin dəyişdirilmiş formasının işçi qüvvəsidir". Onun dəyəri istehsal şərtləri və bazar amilləri əmək haqqının işçi qüvvəsinin dəyərindən kənara çıxmasının təsiri altında baş verən tələb və təkliflə müəyyən edilir.

İşçi qüvvəsi bazarlarında satıcılar müəyyən peşə, ixtisas işçiləri, alıcılar isə müəssisələr, firmalar qismində çıxış edirlər. İşçi qüvvəsinin qiyməti maaşlar, tariflər, işəməz və vaxtaməz ödəniş formaları şəklində baza təminatlı əmək haqqıdır. İşçi qüvvəsinə olan tələb və təklif onun spesifik istehlakçıları tərəfindən tələbi nəzərə alınmaqla peşə hazırlığı üzrə diferensiallaşdırılır və sahibləri tərəfindən təklif edilir, yəni onun ayrı-ayrı növləri üzrə bazar sistemləri formalaşdırılır.

İşçi qüvvəsinin alqı-satqısı işəgötürən ilə məzənlü işçi arasında əmək münasibətlərini tənzimləyən əsas sənəd olan əmək müqavilələri üzrə baş verir.

İctimai istehsalın təşkilinin, yüksək səmərəli əmək fəaliyyətinin stimullaşdırılmasının ən mühüm şərti əmək fəaliyyətinin müəyyən edilməsi və onun ödənilməsi tədbirləridir. Əmək haqqının ödənilməsi işçi qüvvəsinin aldığı mükafat və ya əmək haqqıdır. Əmək haqqı, yaxud konkret işçinin gəliri müxtəlif pul ödənişləri formasını qəbul edə bilər: aylıq maaşlar, saatlıq tarif dərəcələri, mükafatlar, mükafatlandırmalar, qonorarlar, kompensasiyalar və s.

Xüsusilə nominal və real əmək haqqını ayırmaq lazımdır.

Nominal əmək haqqı və ya gəlir işçinin çəkdiyi zəhmətə, gördüyü işə, göstərdiyi xidmətə, yaxud işlədiyi vaxta görə aldığı pulun ümumi məbləğini ifadə edir. Bu, qüvvədə olan əmək haqqı dərəcəsi və ya iş vaxtının vahidinə görə işçi qüvvəsinin qiyməti ilə müəyyən edilir.

Real əmək haqqı nominal əmək haqqı üçün əldə edilə bilən malların və xidmətlərin miqdarıdır.

Əmək haqqı dövlət iqtisadiyyatının inkişafında, xalqın rifah halının yüksəlməsində çox böyük rol oynayır. Burada cəmiyyət, əmək kollektivi və işçilər arasında iqtisadi münasibətlərin ictimai əməkdə iştirakına və onun ödənilməsinə dair geniş aspekti öz ifadəsini alır.

Əmək haqqı bir tərəfdən fəhlələrin və qulluqçuların rifahının yüksəlməsinin əsas mənbəyidir, digər tərəfdən isə ictimai istehsalın inkişafı və təkmilləşdirilməsinin maddi stimullaşdırılmasının mühüm vasitəsidir. İstehsalın durmadan inkişaf etməsi və təkmilləşməsi üçün işçilərin əmək nəticələrində maddi marağı yaratmaq lazımdır.

Əmək haqqı bir neçə funksiyanı yerinə yetirir:

1. *Təkrar istehsal funksiyası* işçi qüvvəsinin sosial normal istehlak səviyyəsində təkrar istehsal imkanını təmin etməkdən, yəni əmək haqqının elə mütləq miqdarını müəyyənləşdirməkdən ibarətdir ki, bu da işçi qüvvəsinin normal təkrar istehsalı şəraitini həyata keçirməyə, başqa sözlə desək, saxlanılmasına, yaxud normal yaşamaq imkanına malik olan işçinin yaşayış şəraitini yaxşılaşdırmalıdır (mənzil, ərzaq, geyim, yəni ilk zərurət əşyaları üçün pul ödəmək). Həmçinin işçi uşaqları, gələcək əmək resurslarını böyütmək və tərbiyə etmək imkanına malik olmalıdır. Buna görə də bu funksiyanın başlanğıc əhəmiyyəti, digərlərinə münasibətdə rolunu müəyyən edir.

2. *Sosial funksiya* təkrar istehsal funksiyasının davamı hesab edilir. Əsas gəlir mənbələrindən biri kimi əmək haqqı təkə işçi qüvvəsinin təkrar istehsalına kömək etməməli, həm də insana sosial nemətlərdən (tibbi xidmətlərdən, keyfiyyətli istirahətdən, təhsildən, uşaqların məktəbəqədər təhsil sistemində tərbiyəsindən və s.) istifadə etməyə imkan verməlidir.

3. *Stimullaşdırıcı funksiya* müəssisənin rəhbərliyi mövqeyindən vacibdir: işçini əmək fəallığına, maksimum işləməyə, əməyin səmərəliliyinin artırılmasına sövq etmək lazımdır. Bu məqsəddə hər bir əmək nəticəsindən asılı olaraq qazancın miqdarının

müəyyən edilməsi xidmət edir.

İşçi daha çox qazanc əldə etmək üçün ixtisasının artırılmasında maraqlı olmalıdır, çünki daha yüksək ixtisas daha çox əmək haqqı gətirir. Müəssisələr isə əmək məhsuldarlığının artırılması, məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün daha yüksək ixtisaslı kadrlara maraqlıdırlar. Stimullaşdırıcı funksiyanın həyata keçirilməsi əməyin ödənilməsinin nəticələrinin qiymətləndirilməsinə və əməyin ödənilməsi fondunun məbləğinin müəssisənin fəaliyyətinin səmərəliliyi ilə əlaqəsinə əsaslanan konkret ödəniş sistemləri vasitəsilə rəhbərlik tərəfindən həyata keçirilir.

4. *Əmək haqqının status funksiyası* əmək haqqının məbləği ilə müəyyən edilən statusun işçinin əmək statusuna uyğunluğunu nəzərdə tutur. Status dedikdə, insanın bu və ya digər sosial münasibətlər və əlaqələr sistemində mövqeyi nəzərdə tutulur. Əmək statusu bu işçinin həm şaquli, həm də üfüqi olaraq digər işçilərə münasibətdə olduğu yerdir. Buna görə də əmək haqqının məbləği bu statusun əsas göstəricilərindən biridir və onun öz əmək səyləri ilə tutuşdurulması əməyin ödənilməsinin ədalətliliyini qiymətləndirməyə imkan verir.

5. *Tənzimləyici funksiya* əmək bazarının tənzimlənməsi və firmanın gəlirliliyidir. Təbii ki, digər bərabər şərtlər daxilində işçi daha çox əmək haqqı verilən müəssisəyə işə götürülür. Amma başqa bir şey də doğrudur ki, müəssisəyə daha çox əmək haqqı ödəmək sərf etmir, əks halda, onun gəlirliliyi azalır. Müəssisələr işçiləri işə götürürlər, işçilər isə əmək bazarında öz işlərini təklif edirlər. Hər bazar kimi, əmək bazarının əməyin qiymətinin yaranması qanunları var.

6. *Muzdla işləyənlərin ödəniş qabiliyyətli tələbinin formalaşdırılması.* Bu da öz növbəsində milli istehsalın ümumi tələbinə, strukturuna və dinamikasına təsir göstərir. Bu funksiyanın təsiri əmək haqqının miqdarının tənzimlənməsi vasitəsilə mal tələbi və təklif arasında rəşional nisbətlər müəyyən etməyə imkan verir.

7. *Əmək haqqının istehsalat pay funksiyası* əmtəənin (məhsulun, xidmətin) qiymətinin, istehsalın məcmu xərclərində və işçi qüvvəsinin xərclərində onun payının formalaşmasında canlı əmə-

yin (əmək haqqı vasitəsilə) iştirak dərəcəsini müəyyən edir. Bu pay işçi qüvvəsinin ucuzluğu (bahalılığı) dərəcəsini, əmək bazasında rəqabət qabiliyyətini müəyyən etməyə imkan verir, çünki yalnız canlı əmək maddi əməyi hərəkətə gətirir, deməli, işçi qüvvəsinin dəyərinin aşağı həddinə və əmək haqqının artırılmasının müəyyən hədlərinə mütləq riayət olunmasını nəzərdə tutur. Bu funksiya tarif dərəcələri (maaşlar) və cədvəlləri, əlavə ödənişlər, mükafatlar sistemi, onların hesablanması qaydası və əmək haqqı fondunun asılılığı vasitəsilə əvvəlki funksiyaları həyata keçirir.

İstehsalat pay funksiyası yalnız işəgötürənlər üçün deyil, işçilər üçün də vacibdir. Bəzi əmək haqqı və digər sistemlər fərdi əmək haqqının ödənilməsi fondundan və işçinin şəxsi töhfəsindən sıx asılılığı nəzərdə tutur. Müəssisə daxilində ayrı-ayrı bölmələrin əmək haqqı fondu (əmək töhfəsinin əmsalı (ƏTƏ) və ya digər şəkilə) oxşar asılılıq üzərində qurula bilər [32], [34].

15.3. Kapital bazarı və onun strukturu

Kapital bazarı – mahiyyəti və əhəmiyyəti

Kapital bazarı - satıcılar və kapital alıcıları arasında münasibətlərin məcmusudur. Deməli, bu bazarda əmtəə-kapitaldır. **Kapital iqtisadi kateqoriya və istehsal amili kimi ayırmaq lazımdır.**

Kapital iqtisadi kateqoriya kimi, iqtisadiyyatın subyektləri arasında mənfəət əldə etməklə bağlı iqtisadi əlaqələrdir. Bazar tipli iqtisadiyyatda sabit gəlir (mənfəət) gətirən hər şeyi kapital kimi qəbul etmək lazımdır.

Kapital istehsal amili olaraq, mənfəət əldə etmək məqsədilə iqtisadi nemətlərin istehsalı üçün *pul və fiziki kapital* şəklində istehsala cəlb olunan iqtisadi resursdur.

Fiziki kapital mənfəət əldə etmək məqsədilə pul qiymətləndirməsinə malik olan və istehsal üçün istifadə edilən nemətlərin istehsal vasitələrinin məcmusudur.

Fiziki kapital iki formaya malikdir:

- kapital nemətləri (uzunmüddətli istifadənin nemətləri: binalar, qurğular, avadanlıqlar və s.);

- kapital xidmətləri - kapital nemətlərinin istifadəçisi bu nemətlərin istismarı zamanı əldə etdiyi xidmətlər.

Fiziki kapitalı əsas və dövriyyə fiziki kapitalı kimi növlərə ayırmaq olar.

Əsas kapital - uzun müddətli real aktivlərdir və onların dəyəri bir sıra istehsal dövrləri (binalar, qurğular, maşınlar, avadanlıqlar, nəqliyyat vasitələri və s.) ərzində məhsula hissə-hissə köçürülür.

Dövriyyə kapitalı - dəyəri tamamilə yeni əmtəənin dəyərinə köçürülən və hər bir istehsal dövründə (xammal, yanacaq, materiallar, yarımfabrikatlar) mal satılarkən sahibkara pul şəklində qaytarılan real aktivlərdir.

Bundan əlavə, *insan kapitalı* anlayışı da mövcuddur ki, o, iqtisadiyyatda böyük rol oynayır.

İnsan kapitalı - əmək resurslarının xüsusi növüdür, insanın fiziki və əqli qabiliyyətləri, təhsil və ya praktiki təcrübə vasitəsilə əldə olunur; insanda gəlir gətirmək qabiliyyətinin təcəssüm olunduğu göstəricidir.

Pul kapitalı - aşağıdakıların nəticəsində pul şəklində qəbul edilən kapitalın hissəsidir:

1) əsas kapitalın aşınması və amortizasiya fondunun formalaşdırılması;

2) pul ehtiyatlarının yaradılması (sığorta fondu, ehtiyat fondu və s.);

3) xammalın mövsümi alınması üçün pul vəsaitlərinin yığılması;

4) əmək haqqının ödənilməsi üçün minimum fondun formalaşdırılması;

5) istehsalın inkişafı fondunun formalaşdırılması üçün mənfəətin toplanması.

Bu mənbələrdən və əhalinin kommersiya banklarında əmanətlərindən pul kapitalı, yəni faizlə müddətə borc verilən pul vəsaitləri bazarı formalaşır. *Bu pul vəsaitləri kapitalın xüsusi formasını - ssuda kapitalını təşkil edir.*

Ssuda kapitalı - kredit münasibətlərini ifadə edən pul kapita-

lının formasıdır, yəni təsərrüfat subyektləri arasında müddətlilik, ödəniş və qaytarılma əsasında yaranan borc pul münasibətləridir.

Kapitalın mövcudluğunun xüsusi forması qiymətli kağızlar-
dır (səhmlər, istiqrazlar və s.).

Qiymətli kağız, onun sahibinin kapitala hüququnu təsdiq edən, faiz və ya dividend şəklində gəlir gətirən, emitent (sənədi verən şəxs) və onun sahibi (onu alan şəxs) arasında qarşılıqlı münasibətləri müəyyən edən kredit sənədidir.

Beləliklə, kapital dövriyyə müddətində müxtəlif formalar alır:

- pul forması;
- məhsuldar (fiziki kapital) forması;
- əmtəə forması;
- ssuda kapitalının və qiymətli kağızların (fiktiv kapitalın) forması.

Əgər kapital bazarının strukturuna kapitalın qəbul etdiyi formalar nöqtəyi-nəzərindən baxsaq, onda kapital bazarlarının aşağıdakı növlərini ayırmaq lazımdır:

- kapital nemətləri bazarı;
- kapital xidmətləri bazarı;
- ssuda kapitalı bazarı;
- qiymətli kağızlar bazarı.

Kapital bazarının bütün növləri mühüm investisiyalaşdırma funksiyasını yerinə yetirirlər, yəni pul kapitalının real kapitala çevrilməsini.

Ssuda kapitalı bazarı və ssuda faizi

Ssuda kapitalı bazarı bir sıra maliyyə bazarlarının ümumi adıdır ki, burada təsərrüfat subyektləri müxtəlif səbəblərdən ssuda-nı təqdim edirlər və alırlar.

Bu bazarda əmtəə - ssuda kapitalıdır, yəni müəyyən haqq müqabilində onun mülkiyyətçiləri tərəfindən ssuda şəklində verilən pul kapitalı. Ssuda kapitalının qiyməti ssuda faizidir.

Ssuda faizi-borc vəsaitlərinin müəyyən müddət ərzində istifadəsi üçün sahibkar tərəfindən ödənilən qiymətdir. Ssuda faizi bir ilə faiz dərəcəsi ilə ifadə edilir.

Aydındır ki, ssuda faiz dərəcəsi mənfəət norması çərçivəsində dəyişməlidir. Bu göstərici sifira bərabər, mənfəətdən çox, yaxud ona bərabər ola bilməz. Beləliklə, müəyyən bir layihəyə sərmayə qoymağa qərar verərək və bu məqsədlə ssuda götürmək istəyən sahibkar bu layihənin gözlənilən gəlir dərəcəsini hesablamalı və onu ssuda faiz dərəcəsi ilə müqayisə etməlidir. Bu zaman nominal faiz dərəcəsini, yəni cari məzənnə ilə pulda ifadə edilmiş faiz dərəcəsini və real faiz dərəcəsini, yəni nominal nisbətini, inflyasiyaya düzəliş edilmiş faiz dərəcəsini fərqləndirmək lazımdır.

Ssuda faiz dərəcəsinə aşağıdakı amillər təsir göstərir:

1. Ssuda kapitalının tələbi və təklifi. Tələb nə qədər yüksəkdirsə, faiz dərəcəsi bir o qədər yüksəkdir və əksinə. Ssuda kapitalının təklifi nə qədər yüksəkdirsə, faiz dərəcəsi də bir o qədər aşağıdır.

2. Ssuda təqdim edilərkən risk amili. Borcalanın ssudanı vaxtında qaytarmaq şansı nə qədər az olarsa, kreditör faiz dərəcəsini daha çox müəyyən edir.

3. Ssudanın verilmə müddəti. Ssudanın verilmə müddətindən asılı olaraq faiz dərəcəsi dəyişə bilər.

4. Azad rəqabət şərtlərinin məhdudlaşdırılması. Belə ki, kiçik bir şəhərdəki yeganə bank öz yüksək faiz dərəcəsini təyin edə bilər.

5. Mərkəzi bankın müəyyən etdiyi faiz dərəcəsi.

Ssuda kapitalı bazarının mahiyyətini anlamaq üçün yalnız kapitalın qiyməti haqqında deyil, həm də ssuda kapitalına və təklifə olan tələb kimi fəaliyyət mexanizminin bu elementləri haqqında bilmək lazımdır.

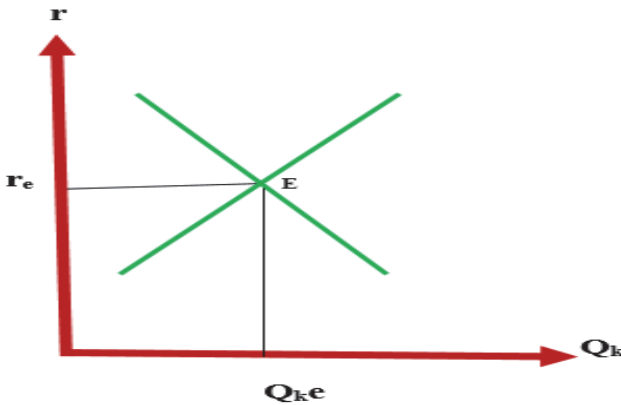
Ssuda kapitalına bazar tələbi bu və ya digər faiz dərəcəsi ilə bütün borcalanlarda tələb olunan pul vəsaitlərinin məbləğidir.

Daha yüksək faiz dərəcəsi (r) zamanı tələb daha az olacaq və əksinə, yəni burada tələb qanunu fəaliyyət göstərir. İnvestisiya üçün ssuda kapitalına tələb təqdim etməklə sahibkar resursa olan tələbin "qızıl qaydası"nı rəhbər tutur: $MRP_k = r_k$;

Burada: MRP_k - kapitalın son hədd gəlirliliyidir; r_k - kapitalın qiymətidir.

Sahibkar hər zaman kapital vahidinin gəlirliliyini ona çəkilən xərclərlə müqayisə edir.

Ssuda kapitalının bazar təklifi - bu və ya digər faiz dərəcəsi ilə iqtisadiyyatın bütün subyektləri tərəfindən təklif olunan pul vəsaitlərinin həcmidir. Daha yüksək faiz dərəcəsinə, təklif çoxalır və əksinə. Ssuda kapitalının real təklifini kommersiya bankları yenidən maliyyələşdirmə dərəcəsinə müəyyən edən Mərkəzi bankın təsiri altında həyata keçirirlər. Ssuda kapitalı bazarında tarazlıq ssuda kapitalına və onun təklifinə olan tələbin bərabərliyi halında yaranır (*qrafik 15.3.1*).



Qrafik 15.3.1. Ssuda kapitalı bazarında tarazlıq

Tarazlıq müəyyən edilmiş qiymətə ssuda kapitalı almaq istəyən hər kəs onu satın aldı və satmaq istəyən hər kəs satdı. Nəticədə balans (tarazlıq) qiyməti (**E**) yaranır.

Ssuda kapitalı bazarında tarazlıq ümumi tələbin və təklifin qeyri – qiymət amillərinin təsiri və ya faiz dərəcəsinin dəyişməsi nəticəsində pozulur.

Tələbin dəyişməsinə aşağıdakı amillər təsir göstərir:

- kapitalın məhsuldarlığı;
 - kapitalın istehsal etdiyi əmtəyə tələbdə dəyişikliklər;
- müvəqqəti üstünlük;
- inflyasiya gözləntiləri;

- vergi siyasətində dəyişikliklər və s.

Təklif dəyişiklikləri amilləri aşağıdakılardır:

- inflyasiya;

- biznes fəaliyyətinin mərhələsi (azalma və ya yüksəliş);

- vergi və pul-kredit siyasəti.

İnvestisiya, onun təsnifatı

İnvestisiya - gəlir əldə etmək və (və ya) digər faydalı effekt əldə etmək məqsədi ilə sahibkarlıq fəaliyyəti obyektlərinə və (və ya) digər fəaliyyətlərə yatırılan vəsaitlərdir (pul vəsaitləri, qiymətli kağızlar, digər əmlak, o cümlədən pul qiyməti olan əmlak hüquqları).

İnvestisiyaların təsnifatını aşağıdakı kimi təqdim etmək olar:

**** İnvestisiyaların növləri üzrə:***

- pul vəsaiti, məqsədli bank əmanətləri, paylar, səhmlər və digər qiymətli kağızlar;

- daşınar və daşınmaz əmlak;

- müəlliflik hüququ, təcrübə və intellektual dəyərlərin digər növləri ilə bağlı əmlak hüquqları;

- texniki sənədləşdirmə şəklində tərtib edilmiş texniki, texnoloji, kommersiya və digər biliklərin, bu və ya digər istehsal növünün təşkili üçün lazım olan bacarıq və istehsalat təcrübəsinin, lakin patənləşdirilməmiş (nou-hau) biliklərin məcmusu;

- torpaqdan, sudan, resurslardan, evlərdən, qurğulardan, avadanlıqlardan istifadə hüquqları, habelə digər əmlak hüquqları.

**** İnvestisiya fəaliyyəti obyektləri üzrə:***

- binalara və qurğulara, eləcə də 1 ildən artıq xidmət müddəti olan maşın və avadanlıqların istənilən növünə investisiyalar;

- fiziki (maddi) aktivlərə investisiyalar. Fiziki aktivlər dedikdə istehsal pul aktivləri, pul vəsaitləri adı altında digər fiziki və hüquqi şəxslərdən pul məbləğləri almaq hüququ və s. başa düşülür.;

- qeyri-maddi aktivlərə investisiya. Qeyri-maddi aktivlər dedikdə, patent, lisenziya, nou-hau, sənədləşmə şəklində elmi-texniki və layihə-konstruktor işləri, proqram vasitələri və s. başa düşülür.

* *İnvestisiya prosesində iştirak xarakterinə görə:*

- birbaşa - investisiya obyektlərinin seçilməsində və vəsaitlərin yatırılmasında investorun birbaşa iştirakını nəzərdə tutur;
- dolayı (birbaşa olmayan) - müxtəlif növ maliyyə vasitəçiləri (investisiya fondları və şirkətləri) vasitəsilə həyata keçirilir. Onlar öz istədikləri kimi maliyyə vəsaitlərini toplayıb səmərəli layihələrə yerləşdirirlər.

* *İnvestisiyaların mülkiyyət formaları üzrə:*

- özəl investisiyalar vətəndaşlar, habelə dövlət mülkiyyət formaları müəssisələri tərəfindən, ilk növbədə kollektiv şəkildə həyata keçirilən vəsaitlərin yatırılmasıdır;
- dövlət investisiyalarını mərkəzi, yerli hakimiyyət və idarəetmə orqanları büdcələrin, büdcədən kənar fondların və borc vəsaitlərinin hesabına həyata keçirirlər.

* *İnvestisiyaların regional aspektdən çıxış edərək:*

- daxili və ya həmin dövlətin təsərrüfat fəaliyyəti subyektlərinin qoyuluşları;
- xarici - xarici dövlətlərin subyektləri tərəfindən həyata keçirilən investisiyalar;
- birgə - bu ölkənin və xarici dövlətlərin subyektləri tərəfindən həyata keçirilən yatırımlar.

* *İnvestisiyalaşdırma dövrünə görə:*

- qısamüddətli-1 ildən çox olmayan müddətə kapital qoyuluşu;
- uzunmüddətli-1 ildən çox olan müddətə kapital qoyuluşu.

* *İnvestisiyaların risk dərəcəsinə görə:*

- risksiz bir sıra ölkələrdə dövlət qısamüddətli istiqrazlarına yatırımlar təhlükəsiz hesab edilir, onlar üzrə gəlir isə əmanətlərin investisiya riskinin hesablanması nöqtəsi kimi qiymətləndirilməsində istifadə olunan təhlükəsiz dərəcəni müəyyən edir;
- riskli - risk dərəcəsi (qeyri-müəyyənlik), məsələn, vaxt, investisiya obyekti və s. kimi amillərdən asılıdır.

İnvestisiya fəaliyyəti: anlayışı, həyata keçirilmə mexanizmi

İnvestisiya fəaliyyəti - investisiya yatırımı proseslərinin (investisiya qoyuluşunu), həmçinin, investisiyaların gerçəkləşdiril-

məsi üzrə praktiki tədbirlərin məcmusudur.

İnvestisiya obyekt investisiyanın yönəldildiyi istənilən sahibkarlıq obyektidir.

İnvestisiya fəaliyyətinin subyektləri sərmayədarlar, sifarişçilər, işlərin icraçıları, investisiya fəaliyyəti obyektlərinin istifadəçiləri, həmçinin təchizatçılar, hüquqi şəxslər (bank, sığorta və vasitəçilik təşkilatları, investisiya birjalari) və investisiya prosesinin digər iştirakçılarıdır. İnvəstor investisiya fəaliyyətinin əsas subyektidir. İnvəstorlar birgə fəaliyyət haqqında müqavilə əsasında yaradılan və hüquqi şəxs statusuna malik olmayan fiziki və hüquqi şəxslər, hüquqi şəxslər birliyi, dövlət orqanları, yerli özünüidarəetmə orqanları, habelə sahibkarlıq fəaliyyətinin xarici subyektləri (xarici invəstorlar) ola bilərlər. Əgər onlar arasında müqavilədə başqa hal nəzərdə tutulmayıbsa, sərmayədar (invəstorlar) tərəfindən investisiya layihəsinin həyata keçirilməsi, sahibkarlıq və digər investisiya prosesinin iştirakçılarının fəaliyyətini həyata keçirmək səlahiyyəti olan invəstorlar, habelə digər fiziki və hüquqi şəxslər sifarişçi ola bilərlər. Müştərilər invəstorlar ola bilər. Podratçılar ölkənin Mülki Məcəlləsinə uyğun olaraq sifarişçi ilə bağlanmış podrat müqaviləsi və ya dövlət müqaviləsi üzrə iş görənlərdir. Podratçılar dövlət qanununa uyğun olaraq lisenziyalaşdırıla bilən fəaliyyət növlərini həyata keçirmək üçün lisenziyaya malik olmalıdırlar. İnvəstitusiya fəaliyyəti obyektlərinin istifadəçiləri – fiziki və hüquqi şəxslər, o cümlədən xarici, habelə dövlət orqanları, yerli özünüidarəetmə orqanları, xarici dövlətlər, beynəlxalq birliklər və təşkilatlardır.

İnvəstitusiya kimi müəyyən edilən bütün fəaliyyət növlərinə baxmayaraq, onun üçün səciyyəvi olan bir sıra ümumi cəhətləri ayırmaq olar:

- sərmayələr, adətən, uzunmüddətli xarakter daşıyır;
- investisiya fəaliyyəti və qəbul edilən investisiya qərarları invəstorun sahibkarlıq fəaliyyətinin bütün tərəflərinə, eləcə də regionun sosial-iqtisadi vəziyyətinə (iri layihələr məşğulluq) kompleks təsir göstərir.

İnvəstisiyaların göstərilən xüsusiyyətləri sərmayədarın məq-

sədlərinə nail olmaq üçün vasitə kimi çıxış edən investisiya qərarlarının dərin və hərtərəfli texniki, informasiya və təşkilati əsaslandırılmasının zəruriliyini müəyyən edir.

İnvestisiya fəaliyyətinin maliyyələşdirilməsi mənbələrinin ümumi xüsusiyyətləri

İnvestisiya fəaliyyətinin maliyyələşdirilməsi mənbələri kimi müəssisənin şəxsi vəsaitləri və bu cür resursları təqdim edə biləcək iqtisadi subyektlərin vəsaitləri çıxış edə bilər. Şəxsi vəsaitlərdən investisiya kimi istifadə edilir (o halda ki, investisiyalaşdırma fondların daxil edilməsindən sonra davam edir) və bu vəsaitlərə, ümumiyyətlə, mənfəət və istehsal fondlarının amortizasiyası daxildir. Şəxsi vəsaitlərin istifadəsi özünümaliyyələşdirmə adlanır.

İnvestisiya layihəsinin xarici vəsaitlərinə aiddir:

- layihənin səhmdar kapitalını təşkil edən investorların (o cümlədən mövcud investisiya layihəsinin iştirakçısı olan müəssisənin şəxsi vəsaitləri) vəsaitləri. Bu vəsaitlər geri qaytarılmır: onları təqdim edən fiziki və (və ya) hüquqi şəxslər yaradılmış istehsal fondlarının birgə sahibidirlər və onların istifadəsi hesabına əldə edilən xalis gəlirin istehlakçılarıdır;

- subsidiyalar təmənnasız əsasda verilən, vəsaitlər müxtəlif səviyyəli büdcələrdən, sahibkarlığa dəstək fondlarından vəsait ayırmalarıdır;

- borc vəsaitləri əvvəlcədən müəyyən edilmiş şərtlərlə qaytarılmalı olan kreditlər, zaymlar, icarəyə (lizinqə) verilən əmlak şəklində vəsaitlər.

Subsidiyalar, pul vəsaitləri, icarəyə (lizinqə) verilən vəsaitlər layihənin səhmdar kapitalına daxil deyil və layihənin gəlirində iştirak etmək hüququ vermir. İnvestisiya layihəsinin sərəncamına verilən bütün vəsaitlər dəyərə malikdir, yəni maliyyə resurslarından istifadə üçün onların alındığı mənbədən asılı olmayaraq pul ödəmək lazımdır. Maliyyə resurslarından istifadə haqqı bu vəsaiti verən şəxsə investora müəssisənin (səhmdarın) mülkiyyətçisi üçün dividend, müəyyən müddətə pul resursları verən kreditor üçün faiz ayırmaları şəklində ödənilir. Sonuncu halda investisiya edilmiş vəsaitin məbləğinin qaytarılması nəzərdə tutulur.

İnvestisiya fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsində maliyyə resurslarından istifadə haqqının uçotu və təhlili mühüm amillərdən biridir [33], [34].

15.4. Torpaq bazarı, torpaq rentası, torpağın qiyməti - mahiyyəti və məzmunu

Torpaq bazarı - torpaq satıcıları və alıcıları arasında münasibətlərin məcmusudur. Bu, kapital, əmək bazarı ilə yanaşı, resurs bazarına aiddir. Torpaq bazarında satıcılar torpaq mülkiyyətçiləridir (dövlət, fərdi şəxslər), alıcılar torpağın kənd təsərrüfatı istifadəçiləridir, tikinti, faydalı qazıntıların hasilatı və s. üçün torpaq alan şəxslərdir.

Torpaq bazarı, istənilən bazar kimi, fəaliyyət mexanizminin eyni elementlərinə malikdir: tələb, təklif, qiymət, rəqabət. **Torpağa tələb hər hansı bir istehsal amilinə olan tələb ilə müəyyən edilir:**

- *birincisi*, tələbin məbləği torpağın qiymətindən asılıdır: qiymət nə qədər yüksəkdirsə, tələbin miqdarı o qədər aşağı olur (tələb qanununa görə) və əksinə;

- *ikincisi*, torpağın ümumi tələbinə qeyri - qiymət amilləri təsir edir: torpağın məhsuldarlığı (nə qədər yüksəksə, o qədər də çox tələb var); bu torpaqda istehsal olunan məhsullara tələb (torpağa tələb törəmə xarakterlidir: taxıla tələb nə qədər yüksəkdirsə, torpağa tələb də bir o qədər yüksək olacaq).

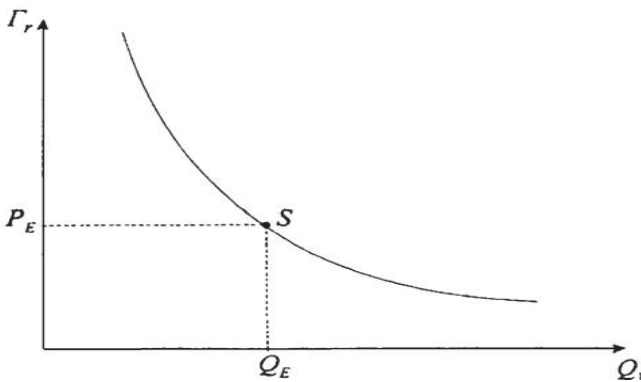
Torpağın təklifinin yalnız bu istehsal amilinə xas olan xüsusiyyətləri vardır, əmək və kapitaldan fərqli olaraq torpağın miqdarı sərbəst şəkildə təkrar istehsal olunmur. Yer, istehsal amili olaraq, mütləq məhdudiyətə malikdir. Buna görə də hər an torpağın təklifi daim (qeydə alınmış), tələb və qiymət dəyişikliyinə təsiri altında dəyişə bilməz. Beləliklə, torpaq təklifi qeyri-elastikdir.

Torpaq resurslarının ikinci xüsusiyyəti onların daşınmaz xarakteridir. Torpaq mülkiyyətçisi torpaq sahəsini satış bazarına, yəni torpaqda yaradılan məhsulun satıldığı bazara doğru hərəkət edə bilməz. Torpaq sahəsi satış bazarına nə qədər yaxındırsa,

məhsulun daşınması üçün bir o qədər də az xərclər var, bu xərclər isə ümumi istehsal xərclərinə daxildir. Bu, torpaq mülkiyyətçisi tərəfindən həm satıldıqda, həm də icarəyə verildikdə nəzərə alınır.

Torpaq bazarında tarazlıq necə qurulur? Torpağın tarazlıq (rəqabət) qiyməti necə formalaşır?

Mexanizm hamıya məlumdur: rəqabət zamanı torpağın tələb və təklifində tərəddüdlər baş verir. Tələb və təklifin bərabərliyi zamanı, torpaq bazarında tarazlıq yaranır və tarazlıq qiyməti əmələ gəlir (*qrafik 15.4.1*).



Qrafik 15.4.1. Torpaq bazarında tarazlıq

Torpaq bazarında tarazlıq torpaq tələbinin və torpağın qiymətinin dəyişməsinin təsiri altında pozulur: torpağa tələb nə qədər yüksəkdirsə, torpağın qiyməti bir o qədər yüksəkdir və əksinə. Torpaq bazarında tarazlıq yalnız torpağın qiyməti ilə tənzimlənir, çünki təklif kəmiyyətcə daimidir.

Torpağın qiyməti aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$TQ = (Rt : fd) \times 100 \%;$$

Burada: TQ - torpağın qiyməti; Rt - torpaq rentası; fd - faiz dərəcəsi.

Beləliklə, torpaq qiymətinin mahiyyətini anlamaq üçün torpaq rentasının mahiyyətini və faiz dərəcəsinə bilmək lazımdır.

Torpaq rentası – torpaq kimi istehsal amilindən iqtisadi ren-

tanın bir növüdür.

İqtisadi renta – fəaliyyətin bu sahəsində saxlanılması üçün zəruri olan məbləğdən artıq istənilən istehsal amilinin mülkiyyətçisinə ödənilməsidir.

Torpaq rentası iqtisadi rentanın bir növü kimi torpaq mülkiyyətçisinə təsərrüfat hüququ üçün icarəçinin haqqından ibarətdir. Beləliklə, torpaq rentası torpaq mülkiyyətçisi ilə icarəçi arasında münasibətləri ifadə edir. Münasibətlərin sxemi belədir: icarəçi məhsul istehsal edir, bu məhsulu satır və gəlir əldə edir, onun bir hissəsini torpaq mülkiyyətçisinə icarə haqqı şəklində verir. İcarə haqqına torpaq rentası və torpaq mülkiyyətçisi tərəfindən qoyulan kapitalla tətbiq edilən faiz (tikililər, irriqasiya sistemi və s.) daxildir. İcarə haqqının əsas hissəsi torpaq rentasıdır [25].

Torpaq rentasının yaranması və mövcud olması şərti torpaq mülkiyyətçisinin təsərrüfatçılıqdan ayrılmasıdır (icarəyə verilməsi).

Torpaq rentasının mövcudluğunun səbəbi torpaq mülkiyyətidir. Ən yaxşı torpaq sahələrinə mülkiyyət bu rəqiblərin sahəyə daxil olması maneəsidir. O, azad rəqabətin inkişafına və torpaqda istehsal olunan kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətinin aşağı düşməsinə mane olur. **Torpaq rentası müxtəlif formalara malikdir: diferensial, mütləq, inhisarçı.**

Torpaq rentasının mahiyyətini daha dərindən anlamaq üçün məhsuldarlığa görə diferensial torpaq rentasına (**diferensial renta I**) baxmaq kifayətdir. D.Rikardo, daha sonra K.Marks tərəfindən məhz bu renta forması təhlil edilmişdir və müasir iqtisadi nəzəriyyənin nümayəndələri də bu barədə danışırlar.

Məhsuldarlığa görə I diferensial renta torpağın ən yaxşı və orta məhsuldar sahələrində əldə edilən əlavə rentadır ki, bu sahələrdə orta məsrəflər daha az məhsuldar sahələrə nisbətən aşağı olur. Məhsul vahidinin bazar qiyməti isə özlüyündə torpağın məhdudluğuna, münbətliyinə görə ən pis torpaqlarda orta məsrəflərə malikdir. Əgər məhsulun bazar qiyməti ən pis torpaqlarda istehsal xərclərindən aşağı düşərsə, onlar işləməyəcəklər (icarəyə götürməyəcəklər), bazarda məhsulların sayı azalacaq, nisbi tələb artacaq, bazar qiyməti də qalxacaq. Beləliklə, məhsulun qiyməti bazar tərə-

findən müəyyən edilir, tələb və təklifin tərəddüdlərindən asılıdır, özlüyündə isə ən pis sahələrdə məsrəflərə malikdir.

Diferensial renta II də mövcuddur ki, bu da torpağın eyni sahəsində istehsala ardıcıl əlavə kapital qoyuluşlarının müxtəlif səmərəliliyi nəticəsində əmələ gəlir.

İstehsal amilinin məhsuldarlığının azalması qanununun qısamüddətli təzahürü ilə əlaqədar olaraq, istehsalın bir amili sabit olduqda (kapital eyni torpaq sahəsinə qoyulur), ardıcıl gəlir (əmək məhsuldarlığı) azalır. İlk investisiya ən yüksək məhsuldarlıq, ikinci isə birincidən az və s. verə bilər.

Perspektivdə məhsulun qiyməti kapitalın daha az məhsuldar tətbiqi, yəni istehsalın ən pis şərtləri ilə müəyyən ediləcək. Bunun səbəbi torpaqların məhdud olmasıdır. Daha səmərəli kapital qoyuluşunda, əmək məhsuldarlığı daha yüksək olduqda diferensial renta II yaranır.

II diferensial rentanı əvvəlcə icarəçi götürür, hansı ki, əlavə sərmayələr (gübrələr, aqrotexnika və s.) həyata keçirirdi. Lakin icarə müqaviləsi yenidən bağlandıqda torpaq mülkiyyətçisi II diferensial rentanı nəzərə alacaq. Ona görə də icarəçinin heç bir əlavə kapital qoyuluşunda marağı yoxdur.

Nə üçün torpağın qiymətini müəyyən edərkən faiz dərəcəsi nəzərə alınır? Məntiq belədir. Torpaq elə bir məbləğə satılmalıdır ki, bu banka yatırım edilərkən torpaq rentasına bərabər gəlir gətirsin. Faiz dərəcəsi, torpaq rentası və torpağa tələb dəyişdikcə torpağın qiyməti qeyri-sabit olur.

Mütləq renta – torpağın münbitliyindən və yerindən asılı olmayaraq torpaq mülkiyyətçilərinin əldə etdiyi torpaq rentasının yalnız torpaq üzərində mülkiyyət hüquqlarının mənimsənilməsində satılan mükafat növüdür. Mütləq rentanın mənbəyi maddə kənd təsərrüfatı işçilərinin əlavə əməyidir. Əgər torpaq sahəsinə kapital yatırılmışsa, icarə haqqının məbləği ssuda faizinin miqdarını artırır.

İnhisarçı rentası - kənd təsərrüfatı və digər məhsulların dəyərindən çox olan inhisar qiyməti ilə satışı zamanı əmələ gələn torpaq rentasının xüsusi formasıdır; kənd təsərrüfatında inhisarçı

rentası nadir bitkilərin (məsələn, çay, üzüm, tütün və s.) yetişdiril-
diyi torpaqlarda tez-tez yaranır. İnhisarçı rentası torpaq rentasının
xüsusi formasıdır, torpaq mülkiyyətçiləri tərəfindən verilən
muzdlu əmək tərəfindən yaradılan əlavə dəyərin bir hissəsidir.
İnhisarçı rentası malların dəyərindən artıq inhisar qiyməti ilə satışı
zamanı yaranır.

XVI FƏSİL

ÖLKƏ İQTİSADİYYATININ SAHƏLƏRİ VƏ ONLAR ARASINDA QARŞILIQLI ƏLAQƏ MEXANİZMİ (MEZO- İQTİSADİYYAT)

16.1. Aqrar sənaye kompleksi və onun tərkibi

Mezoiqtisadiyyat (yunanca orta) milli iqtisadiyyatın müstəqil əhəmiyyətə malik mühüm aralıq yarım sistemlərinin (mikroiqtisadiyyatla makroiqtisadiyyatın arasındakı) davranışını, məzmununu və mahiyyətini tədqiq edir. Buraya aqrar sənaye kompleksi (ASK), yanacaq-energetika kompleksi (YEK), hərbi sənaye kompleksi (HSK) və digər yarım sistemlər aiddir. Mezoiqtisadiyyat xalq təsərrüfatının ayrı-ayrı sahələrinin davranışını, bazar iqtisadi sistemində onların yerini və rolunu öyrənir. Bütövlükdə isə milli iqtisadiyyatın mühüm tərkib halqası hesab olunan regional iqtisadi problemlərə xüsusi diqqət yetirilir.

Kənd təsərrüfatı hər bir cəmiyyətin həyatında müstəsna yer tutur, çünki insan həyatının ilkin şərti hesab olunan ərzaq məhsullarının böyük hissəsi məhz burada istehsal olunur. Müasir kənd təsərrüfatının hər bir istehsalını əlahiddələşmiş, təcrid olunmuş, milli iqtisadiyyatdan kənarında fəaliyyət göstərən və inkişaf edən bir sahə kimi təsəvvür etmək mümkün deyildir.

Real həyatda o sahələrarası istehsal kooperasiyasına əsaslanır ki, bunun da sayəsində iqtisadiyyatın kənd təsərrüfatı ilə bağlı sahələri:

* bir tərəfdən, kənd təsərrüfatına istehsal vasitələri verir, istehsal üçün tələb olunan bütün texniki şəraiti yaradırlar;

* digər tərəfdən, kənd təsərrüfatı xammalını emal edir, istehlak üçün hazır olan ərzaq məhsullarını istehlakçılara çatdırırlar.

Belə qarşılıqlı fəaliyyət əsasında aqrar sənaye kompleksi meydana gəlir. ASK kənd təsərrüfatı texnikasını istehsal, kənd təsərrüfatı məhsullarını emal və realizə edən sahələrin qarşılıqlı fəaliyyətini əks etdirir [23, səh. 766-769 s.].

ASK qərarlaşmasıyla kənd təsərrüfatının milli iqtisadiyyatın

digər sahələri ilə texnoloji və funksional əlaqələri xeyli dərəcədə dərinləşdirilmiş və genişləndirilmişdir.

Əslində milli iqtisadiyyatın demək olar, bütün sahələri birbaşa, yaxud dolayısıyla ASK fəaliyyətində iştirak edir ki, onun da strukturu üç sferanı özündə birləşdirir (bax *sxem 16.1.1*).

<i>I sfera - kənd təsərrüfatı üçün istehsal vasitələri istehsalı;</i>
<i>II sfera - kənd təsərrüfatının özü;</i>
<i>III sfera - kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı və hazır məhsulun reallaşdırılması.</i>

Sxem 16.1.1. ASK - nın strukturu

ASK-nın mühüm tərkib hissəsini "ərzaq kompleksi (ƏK)" təşkil edir ki, qeyri-ərzaq istiqamətli kənd təsərrüfatı xammalını emal edən sahələr buraya daxil deyildir.

ƏK xüsusilə Qərbi Avropa ölkələrinin iqtisadiyyatında geniş yayılmışdır, bu ölkələrdə əslində pambıq, kətan və s. kimi texnoloji xammal istehsal olunmur. ABŞ-da ƏK payına ASK istehsal etdiyi məhsulun təqribən 90%-i düşür.

ASK (ƏK) maddi əsasını:

- ictimai əmək bölgüsünün dərinləşməsi;
- kənd təsərrüfatının milli iqtisadiyyatın digər sahələri ilə istehsal – texnoloji kooperasiyalaşma prosesinin durmadan genişlənməsi təşkil edir.

Hazırda kənd təsərrüfatı məhsulunun bilavasitə istehsalçısı (məsələn, fermer) bir qayda olaraq öz məhsulunu tam şəkildə istehlaka hazır vəziyyətə gətirmir.

Maşınlı istehsal şəraitində kənd təsərrüfatı yalnız özünün xüsusi istehsal vasitələri ilə keçinə bilməz. Kənd təsərrüfatının özünün ASK (ƏK) vəziyyəti həm sənaye istehsalı sahəsində, həm də ticarətdə kooperasiyalardan asılı olması ilə səciyyələnir.

Sahələrarası kooperasiya nə qədər yaxşı inkişaf edərsə, ASK(ƏK) məhsulunun son dəyərində kənd təsərrüfatının payı bir o qədər az olar.

16.2. Aqrobiznes və aqrosənaye kompleksinin elementlərinin təşkili

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının və istifadə edilməsinin kompleks xarakter daşması aqrobiznesin qərarlaşmasının əsası hesab olunur.

Aqrobiznes kənd təsərrüfatının təchizatı sahəsində istehsal və xidmət üzrə bütün əməliyyatların məcmusunu: fermalarda istehsal əməliyyatlarını; kənd təsərrüfatı xammalının emalı və reallaşdırılması sahəsindəki əməliyyatları özündə əks etdirir.

Aqrobiznes bazar iqtisadiyyatı şəraitində kənd təsərrüfatının lazımı resurslarla təmin edilməsi, ərzağın və texniki xammalın istehsalı, emalı, bölüşdürülməsi sahəsində tədbirlərin əlaqələndirilməsinin spesifik formasıdır. Aqrobiznesin məqsədi tələbatları ödəmək yolu ilə gəliri maksimum artırmaqdır.

İnkişaf etmiş iqtisadiyyatlı ölkələrdə ASK istehsal sisteminə qeyri-kənd təsərrüfatı sferalarının üstünlük təşkil etməsi aqrobiznesdə bunların mühüm əhəmiyyət daşığına dəlalət edir.

Müasir aqrobiznesdə qeyri-kənd təsərrüfatı müəssisələri, firmalar, birliklər üçün təsərrüfat fəaliyyətlərinin daha iri firmalarda (birliklərdə) tədricən təmərküzləşməsi və mərkəzləşməsi qanunauyğunluq hesab olunur. Məsələn, hazırda ABŞ-ın iki iri korporasiyası - “Con Dir” və “Keys və Ko” fermalara satılan traktorların və kombaynların 4/5 hissəsinə nəzarət edir.

Kənd təsərrüfatı sferasının özündə aqrobiznesin fəaliyyətdə olan təşkilati formaları öz spesifikasiyi ilə fərqlənir ki, bu da bir sahə kimi kənd təsərrüfatının xüsusiyyətləri ilə şərtlənmişdir. Burada fərdi ailə fermer təsərrüfatları, ailə-qrup fermaları (partnyorluq, ailə korporasiyaları və s.) üstünlük təşkil edir. Bunlar kreditdən istifadə etməklə ailə kapitalı əsasında istehsalı həyata keçirən və qismən də muzzdlu əməkdən istifadə edən, bir o qədər də iri olmayan təsərrüfat istehsalı ilə məşğul olurlar.

Kənd təsərrüfatı sferasında aqrobiznesdə üstünlük təşkil edən meyillər eyni bir müəssisədə istehsalın minimal miqyaslarının daim yüksəlməsidir ki, bu da fermaların ümumi sayının azal-

masına və iri təsərrüfatların rolunun artmasına kömək edir. Lakin inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatlı ölkələr hələlik xırda və orta fermer təsərrüfatlarından azad ola bilmirlər. Bu onunla izah olunur ki, cəmiyyət belə təsərrüfatların fəaliyyət göstərməsində maraqlıdır, çünki kənd təsərrüfatının industriallaşması, onun inhisarlaşmasının ərzaq məhsullarının bahalaşacağından, onun çeşidinin məhdudlaşacağından və keyfiyyətinin pisləşəcəyindən ehtiyat edirlər. Burada kənd təsərrüfatı məhsullarında insanın sağlamlığı üçün təhlükə törədə bilən maddələrin olacağından ehtiyatlanan istehlakçı təşkilatlar xüsusi fəallıq göstərirlər. Məsələn, AİB 1988-ci ilin 1 yanvar tarixindən heyvandarlıqda boyatma hormonlarının tətbiqini qadağan etmişdir.

İstehsal edilən məhsulun keyfiyyətinə olan tələbləri sərtləşdirən və aqrar istehsalda kimyəvi maddələrdən istifadəni məhdudlaşdıran qanunlar qüvvəyə minməkdədir. Sorğunun nəticələrinə görə, AFR əhalisinin 65%-i ərzaq məhsullarında zəhərin olmasından ehtiyatlanmış, Fransa əhalinin 53%-i “təmiz” mal əti üçün daha çox ödəməyə hazır olduqlarını bəyan etmişlər.

Bu şəraitdə bir sıra ölkələrdə alternativ əkinçiliklə məşğul olan kəndli və fermer birlikləri meydana gəlmişdir. 1972-ci ildə 30 ölkədən olan 80 mindən çox fermeri özündə birləşdirən, Beynəlxalq Üzvi Əkinçilik Federasiyası yaradılmışdır və hal-hazırda fəaliyyət göstərir [23, səh. 770-773].

Ekoloji cəhətdən təmiz ərzağın istehsalı kəndli ailə təsərrüfatlarının yaşaması və inkişafı üçün yeni perspektivlər açır.

Azərbaycan Respublikasında aqrobiznes fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsinə dair vacib prioritetlər Azərbaycan Prezidentinin 6 dekabr 2016-cı ildə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi”ndə öz əksini tapmışdır [3]. Həmin sənəddə aqrar sahədə startapların, kiçik və orta sahibkarların inkişafını təmin etmək üçün aqrobiznes inkubatorlarının yaradılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu sahədə işlər mərhələli şəkildə aparılacaq və özündə beş mərhələni birləşdirəcək:

1. Aqrobiznes məsləhət xidmətinin institusional cəhətdən

gücləndirilməsi;

2. Startapların, kiçik və orta sahibkarların biznes bacarıqlarının artırılması;

3. Startap kapitalının əldə edilməsinə və biznesin təşkilinə dəstək;

4. Maliyyəyə çıxışın təmin edilməsi;

5. Biznes inkubatorlarının davamlı fəaliyyətinin təmin edilməsi.

16.3. Yanacaq energetika kompleksinin mahiyyəti və quruluşu

Yanacaq - energetika kompleksi (YEK) - yanacaq və enerjinin hasilatı və istehsalı, daşınması, bölgüsü və onlardan istifadənin sahələrarası mürəkkəb sistemidir.

Yanacaq-energetika kompleksi aşağıdakı məsələlərlə bağlı sahələri birləşdirir:

* ilkin enerji resurslarının hasilatı və istehsalı;

* digər yanacaq növlərinə ilkin ehtiyatların emalı;

* əsas resursların digər enerji növlərinə çevrilməsi (elektrik, istilik enerjisi və s.);

* ilkin resursların istehlakçılara çatdırılması və bölüşdürülməsi.

Yanacaq-energetika kompleksinin vəzifələri aşağıdakılardır:

- əhalinin və iqtisadiyyatın hər cür enerji ilə təmin edilməsi;

- enerji resurslarının, ilk növbədə, neft və qazın ixracı hesabına ölkənin büdcəsinin təmin edilməsi [23, səh. 777-780].

Bu, ən böyük sahələrarası sistemdir, ağır sənayenin mühüm komponentidir.

Enerji resurslarından funksional istifadə sivilizasiyanın inkişaf səviyyəsinin göstəricilərindən biridir. Elektrik enerjisi və yanacaq olmadan istənilən dövlətin iqtisadiyyatının və maliyyəsinin inkişafı mümkün deyildir.

Yanacaq-energetika sənayesi (yanacaq-energetika komplek-

si) yanacaq sənayesi, elektroenergetika, yanacaq və enerji çatdırılması vasitələrinin məcmusudur.

Energetika - məhsuldar qüvvələrin inkişafının və insan cəmiyyətinin mövcudluğunun əsasıdır. O, sənayedə, kənd təsərrüfatında, nəqliyyatda və məişətdə güc aparatlarının işləməsini təmin edir. Bu, dünya sənayesinin ən materialtutumlu sahəsidir. Ekoloji problemlərin əksəriyyəti də enerji ilə bağlıdır.

İlkin enerji daşıyıcıları (neft, təbii qaz, kömür), eyni zamanda, sənayenin neft-kimya, qaz-kimya, kimya sahələrinin son dərəcə mühüm xammal bazasıdır. Onların emal məhsulları bütün polimer materialların, azot gübrələrinin və bir çox digər qiymətli maddələrin alınmasının əsasını təşkil edir.

Dünyanın yanacaq-energetika sənayesinin inkişafında üç əsas mərhələ ayrılır: kömür, neft-qaz, müasir.

XIX əsrin sonu XX əsrin əvvəllərində sənaye energetikasında və beynəlxalq yanacaq ticarətində kömür üstünlük təşkil edirdi. Hələ 1948-ci ildə, əsas enerji mənbələrinin ümumi istehlakında kömürün payı 60% idi. Lakin XX əsrin 50-60-cı illərində enerji resurslarının istehlak strukturu əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdi, birinci yerə neft çıxdı - 51 %, kömürün payı 23%-ə qədər azaldı, təbii qaz - 21,5%, hidroenerji - 3%, nüvə enerjisi isə 1,5% təşkil etmişdir.

Enerji resurslarının istehlakının strukturunda bu cür dəyişikliklər yeni iri neft və təbii qaz mənbələrinin geniş mənimsənilməsi ilə şərtlənirdi; bu yanacaq növlərinin bərk yanacaqdan bir sıra üstünlükləri var (hasilatın, nəqlin, istehlakın yüksək səmərəliliyi); neft və təbii qazdan təkcə yanacaq kimi deyil, həm də sənaye xammalı kimi istifadənin miqyası artmışdı.

Ancaq 1970-ci illərdə dünya enerji böhranı meydana çıxdı və bu ilk növbədə neft sənayesinə toxundu. Nəticədə, enerji resurslarının ümumi istehlakı və istehsalında neftin payı azalmağa başladı.

Bu dövrdə nüvə enerjisindən istifadə kursu götürülmüşdür. Lakin 1986-cı ilin Çernobil qəzası energetikanın bu istiqamətinə də ciddi zərbə vurdu. Fəlakətdən sonra ölkələrin bir hissəsi ya öz

atom elektrik stansiyalarını sökdülər, ya da onların təcridən bağlanması (İtaliya, Avstriya, Polşa, İsveç) barədə qərar qəbul etdilər. Bəzi ölkələrdə (İsveçrə, Hollandiya, İspaniya) AES tikintisi proqramları dondurulmuşdur. Avropanın bir çox ölkələri, eləcə də ABŞ, Rusiya, Ukrayna öz atom elektrik stansiyalarını sökməyələr də, yeni tikinti işlərini dayandırdılar.

1980-ci illərdən başlayaraq prioritet istiqamət kimi tükənməyən, qeyri-ənənəvi enerji mənbələrindən (külək, günəş, geotermik mənbələr, hidroresurslar və s.) istifadəyə keçidi nəzərdə tutan istiqamət irəli sürüldü.

Beləliklə, enerji resurslarından istifadənin müasir mərhələsi keçid xarakteri daşıyır. O, mineral yanacağın istifadəsindən tükənməz enerji ehtiyatlarından istifadə olunmasına təcridən keçid baş verənə qədər bir neçə onillik davam edə bilər.

Hazırda dünya üzrə ilkin enerji mənbələrinin strukturu aşağıdakı kimidir: neft-34,1%; kömür-29,6%; qaz-26,5%; hidroenergetika- 5,2%; nüvə energetikası - 4,6%.

Qlobal yanacaq, enerji istehsalı və istehlakı çox dəqiq coğrafi aspektlərə və regional fərqlərə malikdir. Neft bu gün dünyanın əksər regionlarının enerji istehlakı strukturunda liderdir, lakin Avstraliyada kömür, MDB - də isə qaz liderlik edir.

Dünya enerji istehlakının təxminən 55%-i iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrin (şimal ölkələri), 45%-i isə inkişaf etməkdə olan ölkələrin (cənub ölkələri) payına düşür. Bu, inkişaf etməkdə olan ölkələrə istehsalatların yerdəyişməsi, eləcə də inkişaf etmiş ölkələr tərəfindən enerji qənaəti siyasətinin aparılması ilə bağlıdır.

Enerji istehlakı üzrə birinci yeri bu gün xarici Asiya tutur, Şimali Amerikanı ikinci yerə sıxışdırıb. Avropa üçüncü yeri tutur-24%, MDB isə dördüncüdür. Ölkələr arasında ABŞ liderlik edir, daha sonra: Çin, Rusiya, Yaponiya, Almaniya, Hindistan, Kanada, Fransa, Böyük Britaniya, İtaliya.

Ölkə iqtisadiyyatının inkişaf səviyyəsinin səciyyələndirilməsi üçün enerji resurslarının adambaşına istehlakı mühüm göstəricidir.

Yanacaq və enerji ixrac edən ölkələr arasında neft ixracatçıla-

rı, idxalçılar arasında isə Qərbin inkişaf etmiş ölkələri üstünlük təşkil edir.

Yanacaq sənayesi

Yanacaq sənayesi bütün yanacaq növlərinin (bərk, maye və qaz halında) hasilatı, zənginləşdirilməsi, emalı və istifadəsi üzrə ixtisaslaşmışdır. Bu sənayeyə aşağıdakı əsas (baza) sahələr daxildir:

Kömür sənayesi. XX əsrin ortalarında əhəmiyyəti tədricən azalmağa başlayan qədim yanacaq sənayesidir. Buna daha səmərəli yanacaq növlərinin - təbii qazın və neftin inkişafı səbəb olmuşdur. Hazırda dünya kömür sənayesinin yenidən qurulması həyata keçirilir. Elektroenergetikanın, metallurgiyanın, kokso-kimyannın inkişafı üçün baza sahəsidir.

Dünyada kömür hasilatı üzrə əsas ölkələr aşağıdakılardır: ABŞ, Rusiya Federasiyası, Cənubi Afrika Respublikası, Çin Xalq Respublikası, Hindistan, İndoneziya, Avstraliya, Almaniya, Polşa, Qazaxıstan, Türkiyə.

İxrac üzrə əsas ölkələr aşağıdakılardır: İndoneziya, Avstraliya,

Rusiya Federasiyası, ABŞ, Kolumbiya, Cənubi Afrika Respublikası, Monqolustan, Kanada, Niderland, Mozambik, Polşa.

İdxal üzrə əsas ölkələrə aiddir: Çin Xalq Respublikası, Hindistan, Yaponiya, Koreya Respublikası, Tayvan, Almaniya, Niderland, Türkiyə, Malaziya, Tailand, Rusiya Federasiyası.

Kömür ehtiyatlarına görə dünyanın əsas ölkələri aşağıdakılardır: ABŞ, Rusiya Federasiyası, Avstraliya, Çin Xalq Respublikası, Hindistan, Ukrayna, Almaniya, Cənubi Afrika Respublikası, Polşa, Qazaxıstan, İndoneziya.

Qaz sənayesi. Qaz sənayesi bütün dünyada yaxşı inkişaf etmişdir. Təbii qazın böyük ehtiyatları, onun nəqlinin aşağı qiyməti, neft və ya kömürdən daha yüksək ekoloji "təmizliyi" buna imkan yaradır.

Dünyada təbii qaz hasilatı üzrə əsas ölkələr aşağıdakılardır: ABŞ, Rusiya Federasiyası, İran, Çin Xalq Respublikası, Kanada, Qətər, Avstraliya, Norveç, Səudiyyə Ərəbistanı, Əlcəzair.

Təbii qaz ixracı üzrə əsas ölkələr aşağıdakılardır: ABŞ, Rusiya Federasiyası, Kanada, Qətər, Avstraliya, Norveç, Niderland, Əlcəzair, Türkmənistan.

İdxal üzrə əsas ölkələr aşağıdakılardır: Çin Xalq Respublikası, Yaponiya, Almaniya, ABŞ, İtaliya, Meksika, Niderland, Koreya Respublikası, Türkiyə, Fransa.

Təbii qaz ehtiyatlarına görə dünyanın əsas ölkələri aşağıdakılardır: Rusiya Federasiyası, İran, Qətər, ABŞ, Türkmənistan, Səudiyyə Ərəbistanı, Çin Xalq Respublikası, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, Nigeriya, Venesuela, Əlcəzair.

Neft sənayesi. Kimya sənayesi üçün neft yanacaq və xammal kimi geniş istifadə olunur. Bir çox ölkələrin iqtisadiyyatı demək olar ki, satışa çıxarılan neftin ixracına əsaslanır. Bu yanacaq növü dünya ölkələrinin iqtisadiyyatına və beynəlxalq siyasətə çox böyük təsir göstərir.

Dünyada neft hasilatı üzrə əsas ölkələr aşağıdakılardır: ABŞ, Rusiya Federasiyası, Səudiyyə Ərəbistanı, İraq, Kanada, Çin Xalq Respublikası, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, İran, Küveyt.

Neft ixracı üzrə əsas ölkələrə aiddir: Rusiya Federasiyası, Səudiyyə Ərəbistanı, İraq, Kanada, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, İran, Küveyt, Venesuela, Anqola, Nigeriya.

İdxal üzrə əsas ölkələr aşağıdakılardır: ABŞ, Çin Xalq Respublikası, Hindistan, Yaponiya, Koreya Respublikası, Almaniya, İspaniya, İtaliya, Fransa, Niderland.

Neft ehtiyatlarına görə dünyanın əsas ölkələri aşağıdakılardır: Venesuela, Səudiyyə Ərəbistanı, İraq, Kanada, İran, Küveyt, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, Rusiya Federasiyası, Liviya, ABŞ.

İstilik energetikası

İstilik energetikası iqtisadiyyatın yerləşməsinin əsas amillərindən biridir, çünki onun kompleksləri enerji mənbələrinin (neft və kömür hövzələrinin), güclü elektrik stansiyalarının yaxınlığında yerləşir.

Nəticədə yanacaq-energetika kompleksinin ətrafında iri sənaye rayonları yetişir, qəsəbə və şəhərlər yaradılır, elektrik ener-

jisi yanacağıının uzun məsafələrə ötürülməsi mümkün olur. Bunun sayəsində öz enerji mənbələrinə malik olmayan rayonlar inkişaf edir, iqtisadiyyatın daha səmərəli yerləşdirilməsi baş verir.

İstilik energetikasının ən mühüm vəzifələrindən biri enerji resurslarından istifadənin səmərəliliyinin artırılması, onların səmərəli qənaətidir.

Bu təbii ehtiyatlar tükənəndir, ona görə kömürü, təbii qazı, nefti düzgün istifadə etmək lazımdır.

Elektroenergetika

Elektrik enerjisinin dünya istehsalı fasiləsiz davamlı artım templəri ilə səciyyələnir. Bu, bütün dünyada kompleks avtomatlaşdırmanın, elektronlaşmanın, istehsalatların informasiyalaşdırılmasının fəal inkişafı ilə bağlıdır.

Son zamanlar rəqəmsallaşdırma və süni intellekt fəal şəkildə tətbiq olunur.

Elektrik enerjisi istehsalı müxtəlif tipli elektrik stansiyalarında həyata keçirilir:

İstilik elektrik stansiyaları - elektrik enerjisinin istehsalı üzrə dünya liderləridir, lakin bu zaman ətraf mühiti çox çirkləndirirlər.

Su elektrik stansiyaları - dünya elektrik enerjisi istehsalının 20%-i onların payına düşür.

Nüvə (atom) elektrik stansiyaları - atom nüvələrinin bölünməsi yolu ilə elektrik enerjisi istehsal edir. Nüvə (atom) elektrik stansiyaları yalnız iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə yerləşir. Enerji generasiyasının bu üsulu ən mütərəqqi və yüksək texnologiyalı üsuldür.

Son zamanlar elektroenergetika sahəsində alternativ elektrik enerjisi istehsal üsullarının (bərpa olunan enerji mənbələri) inkişafına xüsusi diqqət yetirilir. Bu zaman tükənməz təbii xammaldan istifadə olunur: günəş enerjisi, küləyin və dəniz qabarmalarının gücü, geotermal mənbələr.

Elektrik enerjisi istehsalı üzrə əsas ölkələr: Amerika Birləşmiş Ştatları, Hindistan, Rusiya Federasiyası, Yaponiya, Kanada, Braziliya, Almaniya, Fransa, Koreya Respublikası, Səudiyyə Ərəbistanı.

Elektrik enerjisi istehlak edən əsas ölkələr: Amerika Birləşmiş Ştatları, Hindistan, Rusiya Federasiyası, Yaponiya, Braziliya, Kanada, Koreya Respublikası, Almaniya, Fransa, Səudiyyə Ərəbistanı.

Elektrik enerjisi idxal edən əsas ölkələr: Amerika Birləşmiş Ştatları, İtaliya, Almaniya, İsveçrə, Tayland, Avstriya, Braziliya, Böyük Britaniya, Finlandiya, İraq, Niderland.

Elektrik enerjisi ixrac edən əsas ölkələr: Fransa, Almaniya, Kanada, Paraqvay, İsveçrə, İsveç, Laos, Çexiya, Avstriya, Çin Xalq Respublikası, Rusiya Federasiyası.

Su elektrik enerjisi istehsalı üzrə əsas ölkələr: Çin Xalq Respublikası, Braziliya, Kanada, Amerika Birləşmiş Ştatları, Rusiya Federasiyası, Hindistan, Norveç, Türkiyə, Vyetnam, Yaponiya, İsveç.

16.4. Elm və təhsil ölkə iqtisadiyyatının müstəqil sahələri kimi. Bilik iqtisadiyyatı

Elmin iqtisadiyyatı. Elmin iqtisadiyyatı iqtisadi nəzəriyyənin müstəqil sahəsi kimi alimlərin və institusional elmi quruluşların davranışının iqtisadi təhlili nəticəsində formalaşmışdır. Hazırda dünyada elmi şərti olaraq fundamental və tətbiqi elmlərə bölürlər ki, burada tədqiqatlar arasında fərq az gözə çarpır.

Elmi tədqiqatların **anqlosakson modeli** XIX əsrin əvvəllərindən formalaşmışdır. O dövrdə Kemrbic Universitetinin professoru U.Yuel elmin və aparıcı universitetlərdə təbiət elmi fənlərinin tədrisinin peşəkarlaşdırılması fikri ilə çıxış etmişdir. Elmin ilk iqtisadi təhlil cəhdi isə C.Bernalın 1939-cu ildə çapdan çıxmış “Elmin sosial funksiyası” kitabı hesab oluna bilər. Elmi tədqiqatların digər bir modeli **İnnovasiyaların xətti modeli** fundamental elmi biliklərin istehsalını, bu biliklərin son nəticədə innovasiya işləmələri şəklində sənayedə tətbiqini nəzərdə tutur [23, səh. 795-801].

Dünya ölkələrinin müasir iqtisadiyyatının xüsusiyyətləri sosial-iqtisadi inkişafı sıx bağlıdır. Buna görə də yeni çağırışlar meydana çıxır ki, onlar düzgün proqnozlaşdırma – milli layihələrin

yerinə yetirilməsi üçün strateji proqnozlaşdırma, eləcə də onilliklər bundan sonra planlaşdırma tələb edir. Elmə yönəlmiş təhsil sisteminin köməyi ilə formalaşdırılmalı olan insan kapitalı mühüm həlqəyə çevrilir. Müzakirə edilməli olan ciddi məqam insan kapitalından istifadə məsələsidir. Bu məsələyə daxili investisiya siyasəti xüsusi kömək etməlidir. İnsan kapitalını təkcə elmin deyil, həm də iqtisadiyyatın inkişaf mexanizminə daxil etməliyik.

İqtisadi prosesdə elmin rolu getdikcə artır. Elm və texnologiyalar nə qədər səmərəli inkişaf edirsə, həm qlobal, həm də yerli iqtisadiyyat və iqtisadi parametrlər bir o qədər səmərəli inkişaf edir. Buna görə də akademik və iqtisadi institutların və təşkilatların əməkdaşlığı mühüm meyardır. Hazırkı sürətlə inkişaf edən dünyada belə sinerjinin rolu artır. Yeni minillik cəmiyyətin bütün əsas institutlarının iqtisadi və sosial sistemlərinin yeniləşməsini tələb edən texnologiyalarda sürətli dəyişikliklərlə səciyyələnir. Gələcəyin iqtisadi liderləri texnoloji liderlərdir.

İqtisadi artım ölkəni texnoloji baza ilə təmin edən investisiyalardan asılıdır. Amma mənfi qanunauyğunluq yaranır, durğun iqtisadiyyata investorlar heç bir sərmayə yatırmır. Buna görə də, investisiyalardan çox asılı olmayan iqtisadi artım üçün digər yollar axtarmaq vacibdir.

Təhsilin iqtisadiyyatı. İqtisad elminin əsas vəzifəsi sadəcə iqtisadi hadisələrin təsvirini vermək deyil, onların qarşılıqlı əlaqəsini və qarşılıqlı anlaşmasını göstərmək, yəni iqtisadi hadisələrin, proseslərin və qanunların sistemini açmaqdır.

Əsas iqtisadi məsələlərin həlli prosesində ayrı-ayrı subyektlər arasında istehsal, bölgü, mübadilə və istehlak sahələrində münasibətlər formalaşır. İqtisadi elm iqtisadi əlaqələrin qarşılıqlı asılılığında və qarşılıqlı şərtləşməsində iştirakçılar arasında münasibətlərin, onların inkişaf meyillərinin və qanunauyğunluqlarının bütün məcmusunu öyrənir.

Milli iqtisadiyyatın bir sistem və sahəsi kimi təhsilin xüsusiyyətlərini öyrənən, iqtisadi sistemin digər elementləri ilə qarşılıqlı əlaqədə olan sahə olaraq təhsil iqtisadiyyatının öz predmeti var. Bu, təhsil xidmətləri yaradan və bu məqsədlər üçün ayrılan məh-

dud resurslar şəraitində şəxsiyyətin və cəmiyyətin onlara olan tələbatını ödəyən sahə üzrə iqtisadi münasibətlərin xüsusiyyətləri haqqında elmdir. O, böyüməkdə olan nəslin təlim-təربiyəsi, ixtisaslı işçi qüvvəsinin hazırlanması, əhalinin təhsil və mədəni-texniki səviyyəsinin artırılması sahəsində iqtisadi qanun və kateqoriyaların fəaliyyət xüsusiyyətlərini araşdırır və müəyyən edir [23, səh. 801-814].

Təhsilin iqtisadiyyatı nemətlərin və gəlirlərin iqtisadi dövriyyəsinə təhsil sisteminin rolu baxımından maddi, maliyyə və əmək resurslarının hərəkət qanunauyğunluqlarını və təhsil sahəsində istehsalın nəticələrini öyrənir.

Təhsil iqtisadiyyatının predmeti təhsil fəaliyyətinin təşkili və həyata keçirilməsini xarakterizə edən iqtisadi münasibətlərdir. Obyekti isə təkcə işçi qüvvəsinin təkrar istehsalının iqtisadi şərtləri və formalarından, təhsil sisteminin inkişafına və kadrların hazırlanmasına ictimai xərclərin formalarından, bu xərclərin ödənilməsi şərtlərindən deyil, həm də təhsil xidmətlərinin yaradılması və mübadiləsi prosesindən ibarətdir.

Təhsil iqtisadiyyatında öyrənilən iqtisadi münasibətlərin subyektlərinə bu və ya digər dərəcədə tərbiyəçilər, müəllimlər və təhsil sahəsinin digər işçiləri, habelə təhsil xidmətlərinin bütün istehlakçıları aiddir.

Təhsilin rolu olduqca böyükdür və müxtəlif **istiqamətlərdə inkişaf edir:**

- ev təsərrüfatlarının idarə olunması istiqamətində;
- uşaqların tərbiyəsi istiqamətində;
- uşaqların qidalanmasının təşkili istiqamətində;
- uşaqların sağlamlığının təşkili istiqamətində;
- keyfiyyətli təhsilin təmin edilməsi istiqamətində;
- yeni bilik və texnologiyaların **istifadə edilməsi** istiqamətində.

Təhsil sosial və mədəni sferalarda iqtisadiyyatın bir sahəsidir ki, bu da müəllimdən şagirdə bilik, bacarıq və müəyyən vərdişlərin ötürülməsini təmin edir.

Elmi mühitdə təhsilin inkişafında əlverişsiz meyillərin ara-

dan qaldırılması məqsədilə tədqiqatların yeni istiqamətinin formalaşdırılması haqqında qərar qəbul edilmiş, nəticədə "təhsilin iqtisadiyyatı" elmi meydana gəlmişdir.

Təhsil iqtisadiyyatı gənc və sürətlə inkişaf edən elmi istiqamətdir. O, aşağıdakı məsələləri öyrənir:

- bütün təhsil müəssisələrinin resurs təminatı;
- təhsil sisteminə maliyyə yatırımlarının səmərəliliyi;
- təhsil səviyyəsinin və iqtisadi artımın qarşılıqlı əlaqəsi.

"Təhsil iqtisadiyyatının" predmeti təhsil sahəsində yaranan xidmətlərin və nemətlərin istehsalı, bölüşdürülməsi, mübadiləsi və istehlakı prosesində yaranan münasibətlərdir və onların fərqləndirici xüsusiyyətləri vardır.

Onlar kommersionlaşdırma imkanlarına görə məhduddur. Vəziyyət biliklərin intellektual mülkiyyətə keçməsi mərhələsində mürəkkəbləşir. Qeyd etmək lazımdır ki, təhsil sahəsində, başqa sahələrdən fərqli olaraq, intellektual mülkiyyətin mənimsənilməsi çox yüksək səviyyədədir.

XX əsrin ikinci yarısından başlayaraq dünyada baş verən sürətli sosial-iqtisadi dəyişikliklər təkcə müəssisələrin, təşkilatların, sahələrin və milli iqtisadiyyatların özlərinin rəqabət qabiliyyətinin saxlanması məsələsini deyil, həm də müasir şəraitdə iqtisadi sistemlərin inkişaf amillərinin nəzəri cəhətdən dərk edilməsinin zəruriliyini aktuallaşdırır. Tədqiqatçılar tərəfindən müasir inkişafın dominantlığını izah edən konsepsiyaların bütöv bir məcmusu təklif edilmişdir. İnformasiya iqtisadiyyatının konsepsiyası texnoloji, intellektual mülkiyyət konsepsiyasının hüquqi, şəbəkə iqtisadiyyatının konsepsiyası isə müasir iqtisadi artımın təşkilati tərkib hissələridir, demək, insan kapitalı, xidmət və innovasiya iqtisadiyyatı konsepsiyaları tərəfindən dəstəklənən iqtisadi inkişafın hərəkətverici qüvvələri arasında təhsil mühüm yer tutur. Eyni zamanda, təhsil elm adamları tərəfindən müxtəlif baxışlardan nəzərdən keçirilir, həm iqtisadi fəaliyyətin spesifik sahəsi kimi; həm də xidmət sahəsinin bir hissəsi kimi; həm intellektual fəaliyyətin nəticələri, həm də potensial nəticələr, o cümlədən, bu nəticələrin yaradıcıları əsas məhsulu olan bir sahə kimi. Bütün bunlar təhsil iqtisadiyyatı kimi elmi tədqiqatların dinamik inkişafı üçün zə-

min yaradır. Müasir şəraitdə bu sahənin əhəmiyyəti durmadan artacaq. Yuxarıda qeyd olunanları nəzərə alaraq, hazırda təhsil iqtisadiyyatının elm kimi həll edə biləcəyi vəzifələr məsələsi daha da aktuallaşır. Təhsil sistemlərinin fəaliyyətinin nəzəri yanaşmalarının və praktikasının ümumiləşdirilməsi belə nəticəyə gətirib çıxarır ki, təhsil iqtisadiyyatı qarşısında müasir şəraitdə bu elmi sahənin sərhədlərini formalaşdıran ən müxtəlif planlı vəzifələr qoyula bilər.

Belə vəzifələrdən birincisi, informasiya və biliklərin aparıcı istehsal resursuna çevrildiyi şəraitdə təhsilin spesifik xüsusiyyətlərini nəzərə alan obyektin və təhsil iqtisadiyyatının predmetinin dəqiqləşdirilməsi olmalıdır (bilik iqtisadiyyatı konsepsiyası), əmək prosesi fundamental transformasiyaya məruz qalır (postindustrial iqtisadiyyat konsepsiyası), tələbatın fərdiləşməsi isə xidmət sahəsinin (servis iqtisadiyyatı konsepsiyası) qabaqlayıcı inkişafı ilə şərtlənir.

Qeyd olunan şərtlərdə milli iqtisadiyyatın iqtisadi, sosial və mədəni inkişafı üçün xarici şəbəkə effektləri nəzərə alınmaqla təhsil sahəsində fəaliyyətin təşkili formasının, onun maliyyələşdirilməsi mənbələrinin, eləcə də onun dövlət tənzimlənməsinin məqsəd və sərhədlərinin daha dərinədən öyrənilməsi və dəqiqləşdirilməsi tələb olunur.

İqtisadi biliklərin davamlılığını təmin etmək üçün təhsilin iqtisadiyyatına tarixi yanaşma xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu yanaşma iqtisadi inkişaf amili kimi təhsilin roluna dair iqtisadi elmi fikri dərk etmək və yenidən düşünmək deməkdir. Çünki təhsil səviyyəsinin əmək məhsuldarlığına təsiri məsələləri, deməli, təhsil xərclərindən maksimum səmərə əldə edilməsi şərtləri insan kapitalı konsepsiyasının yaranmasından xeyli əvvəl müxtəlif mövqelərdən öyrənilmişdir.

Təhsil iqtisadiyyatının növbəti vəzifəsi təhsil təşkilatlarının öz aralarında və iqtisadi proseslərin digər iştirakçıları ilə rəqabət və rəqabətədavamlı (şəbəkə) qarşılıqlı təsir mexanizmlərinin, o cümlədən, onun subyektlərinin təşkilati-hüquqi formaları da daxil olmaqla, iqtisadiyyatın bir sahəsi kimi fəaliyyət xüsusiyyətlərinin tədqiqi və sistemləşdirilməsi olmalıdır. Təhsil sahəsinin inkişafının planlaşdırılması, proqramlaşdırma və proqnozlaşdırılması üsullarının işlənilib hazırlanması və təkmilləşdirilməsi xüsusi əhəmiyyət

kəsb edir.

Ənənəvi mikroiqtisadiyyat yanaşmalarının və xidmət sahəsinin iqtisadiyyatının son nailiyyətlərinin birləşdirilməsi, təhsil məhsulunun əmtəə xüsusiyyətlərinin, eləcə də onun istehsalının yaxşılaşdırılması və bazar şəraitində həyata keçirilməsi istiqamətlərinin, o cümlədən, marketing və təhsil xidmətləri bazarında qiymətlərin yaranması xüsusiyyətlərinin tədqiqində olan təhsil iqtisadiyyatının daha bir mühüm vəzifəsinin həllinə zəmin yaradır.

Hazırda elmin müxtəlif istiqamətlərinin nümayəndələri təhsilin inkişafında insan potensialının aparıcı rolunu müəyyən etmişlər. Beləliklə, təhsil iqtisadiyyatının növbəti vəzifəsi təhsil işçilərinin əməyinin xüsusiyyətlərini və onların peşə fəaliyyətinin motivasiyasını, o cümlədən, akademik mükafatlandırmanın və peşə tükənməsinin institusional aspektlərini müəyyən etməkdir. Elmi-pedaqoji kadrların təkrar istehsalı xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi müasir şəraitdə sahə və region səviyyələrində əməyin ödənilməsinin tənzimlənməsinin prioritet istiqamətlərinin və prinsiplərinin əsaslandırılması ilə bağlı tutur.

Təhsil iqtisadiyyatının ən mühüm vəzifəsi təhsilin kvazi ictimai nemət kimi xüsusiyyətlərini nəzərə alan təhsil müəssisələri və təşkilatlarının fəaliyyətinin səmərəli maliyyələşdirilməsi üsullarının öyrənilməsi, habelə təhsil sahəsində dövlət təminatlarının səmərəli həcmi- nin müəyyən edilməsi, təhsil fəaliyyətinin büdcə maliyyələşdirilməsinin adekvat modellərinin işlənib hazırlanmasıdır.

Təsərrüfat təşkilatları kimi bazar mühitində fəaliyyət göstər- məsi təhsil müəssisələrinin və təşkilatlarının idarə edilməsinin institusional əsaslarının, o cümlədən, onların kommersiya fəaliyyəti- nin, təhsil xidmətləri bazarında uğurlu strategiyalarının sistemləş- dirilməsi və ümumiləşdirilməsi zərurətini yaradır ki, bu da təhsil iqtisadiyyatının daha bir vəzifəsinin məzmununu təşkil edir. Bu- rada diqqət əmək münasibətlərinin tənzimlənməsinə, sahənin maddi- texniki bazasının inkişafına, həmçinin, təhsil müəssisələri və təşkilatlarının qeyri-maddi aktivlərindən gəlir əldə etmək şəraitinin öyrənilməsinə yönəldilməlidir.

Təhsil müəssisələri və təşkilatların rəqabət qabiliyyətinin ar-

tırılması bu müəssisələrdə innovativ dəyişikliklər, ali məktəblərin innovasiya fəaliyyətinə daxil olması, onların innovasiya və investisiya siyasətinin perspektivli istiqamətlərinin işlənilib hazırlanması, həmçinin, təhsil sahəsində investisiya layihələrinin idarə edilməsinin effektiv metodlarının tədqiqini nəzərdə tutur.

Təhsil iqtisadiyyatının növbəti başlıca vəzifəsi təhsilin özəl və sosial səmərəsinin əsaslandırılması, onun effektivliyinin qiymətləndirilməsi üçün yanaşma və metodikaların, habelə dövlət, cəmiyyət, ev təsərrüfatları və fərdlər üçün onun artırılması yollarının və amillərinin əsaslandırılmasıdır. Müasir şəraitdə təhsilin inkişafının nəzərdən keçirilməsi iqtisadi artımın əsas amili kimi təhsil sistemlərinin islah edilməsi istiqamətləri və üsullarının effektivliyinin qiymətləndirilməsinin əsasını təşkil etməlidir.

Nəhayət, bizim nəzərdən keçirdiyimiz təhsil iqtisadiyyatı vəzifələri arasında qloballaşma, beynəlmilləşmə və təhsilin inteqrasiyası, müəllimlərin təhsil xidmətlərinin və əməyinin dünya bazarlarının formalaşdırılmasının qanunauyğunluqlarının, eləcə də təhsil xidmətlərinin müasir ixrac formalarının öyrənilməsi nəzərdə tutulur.

Belə görünür ki, formalaşdırılan vəzifələr təhsil iqtisadiyyatının bir tərəfdən təhsil sahəsinin sahə xarakteristikalarını əks etdirən elmi sahə kimi sərhədlərini, digər tərəfdən isə son onilliklərdə iqtisadiyyatda və cəmiyyətdə baş verən dəyişiklikləri izah edən aktual konsepsiyaların əksəriyyətinin ən mühüm cəhətlərini müəyyən edir.

Xüsusilə qeyd etmək lazımdır ki, təhsilin uzunmüddətli inkişafa təsirinə dair məsələlər nəzarət altında saxlanılmalıdır. Əsasən də:

- təhsil siyasətinin formalaşdırılması zamanı;
- təhsil siyasətinin idarə olunması zamanı;
- dəyişən şəraitə uyğun təhsil siyasətinin adaptasiyası zamanı.

Təhsilin müxtəlif növ və səviyyələrinin vacib və əhəmiyyətli sosial-iqtisadi sahələrə müvafiq təsirləri aşağıda qeyd olunan istiqamətləri əhatə etməlidir:

* Təhsilin şəxsiyyət və iqtisadiyyat üçün xalis dəyəri üzrə (gözlənilən nəticələrdən xərcləri çıxmaqla müəyyən edilir) istiqaməti;

* İnsan kapitalına (təhsilin bütün səviyyələrində) həyata keçirilən investisiyaların gəlir normaları göstəriciləri istiqaməti;

* Təhsilin əmək qüvvəsinin məhsuldarlığı məsələləri istiqaməti, xüsusilə burada qadınların məşğulluğu nəzərə alınmalıdır;

* Təhsilin iqtisadi artımla əlaqəsinin müəyyənləşdirilməsi istiqaməti, o cümlədən iqtisadi inkişafın bilavasitə fiziki kapital və ya əmək amillərilə bağlı olmayan aspektlərinin təhsillə bağlılığının araşdırılması;

* Təhsil və siyasi davranışlar istiqaməti;

* Təhsil və sosial inkişaf istiqaməti;

* Təhsil və bərabərlik istiqaməti.

Təhsilin insan inkişafında rolu haqqında məsələlər müzakirə edilərkən iki vacib məqama xüsusilə diqqət yetirilməlidir:

* *Birincisi, təhsil prosesinin insan potensialının artırılmasına təsir dərəcəsinin müzakirəsi;*

* *İkincisi, təhsil prosesinin "insan kapitalının" yaradılmasında rolunun müzakirə edilməsi.*

Pedaqogika təhsilin iqtisadi səmərəsi kontekstində şəxsiyyətin sosiallaşması problemini məqsədyönlü şəkildə öyrənir. Hindistanlı pedaqoq C. Nayk, təhsil və iqtisadiyyatı "bir-birini qidalandıran və dəstəkləyən yüksələn spirala" oxşadırdı. Bu onun təhsilin son nəticədə cəmiyyətin rifah səviyyəsini müəyyən etdiyinə dair fərziyyəsidən irəli gəlirdi. O hesab edirdi ki, şiddətli inqilab olmadan progressiv dəyişikliklərə nail olmaq üçün (hətta bu, labüddür) yalnız bir alət (təhsil) mövcuddur. Digər vasitələr yalnız bu prosesdə kömək edə bilər.

Fransız sosioloq J.Furnye təhsildə dəyişikliklərin zəruriliyini iqtisadiyyatda, işləyən əhalinin ixtisas strukturunda, işçi ilə sərbəst vaxt arasında nisbətə və s. dəyişikliklərlə əlaqələndirir. Ailə mə-

nəvi sosiallaşmanın əsas "agenti", məktəb isə təhsilin əsas "agenti" kimi xarakterizə olunur. Təhsil çoxfunksiyalı proses kimi müəyyən edilir: mədəni (mədəniyyət dəyərlərinin ötürülməsi), sosial (sosial təbəqələrə görə adaptasiya və bölgü), iqtisadi (iqtisadi fəaliyyətə hazırlıq) və s. təhsil çoxsəviyyəli bir fenomen kimi qəbul edilir: məktəbə olan tələblər, məktəb sisteminin özü, təhsilin nəzəri əsasları, tərbiyə və təlimin nəticələri. Furnye təhsilin maliyyələşdirilməsi statistikasının və təhsilin əldə edilməsinə sərf olunan vaxtın təhlili əsasında məktəb tələblərinin göstəricilərini formalaşdırmağı mümkün hesab edir.

Son 30-40 ildə dünya pedaqogikasında "insan kapitalı" sosial oriyentasiyalı konsepsiyası (H.Beyker, M.Uolters, P.Rubinson (ABŞ), V.A.May və E.Q.Yasin (Rusiya) və s.) artan populyarlığa malikdir. Bir sıra göstəricilərə əsaslanaraq təhsilin öyrənilməsi təklif olunur: ümumi milli məhsulun (ÜMM) həcmi və bölgüsü; bu və ya digər səviyyədə təhsil alanların iqtisadiyyatda çalışanların xüsusi çəkisi, orta məktəb və ali məktəb şagirdlərinin sayı və s.

"İnsan kapitalı" konsepsiyasında təhsil, şəxsiyyətin davranışı dövlətin və biznesin maraq göstərdiyi əmtəə kimi qiymətləndirilir. Təhsilə maliyyə qoyuluşları ən gəlirli investisiya, "gələcək nemətlərin və gəlirlərin mənbəyi" kimi nəzərdən keçirilir. Konsepsiya təlimin əmək fəaliyyəti ilə əlaqəsinin aktivləşdirilməsinin zəruriliyini nəzərdə tutur. Ona maraq təhsilin iqtisadi səmərəliliyi problemlərinə diqqətin artması, təhsilə qoyulan investisiyaların ictimai tərəqqinin ən mühüm amillərindən biri olduğunu başa düşməklə bağlıdır. Fərdin bilik və bacarıqları xüsusi kapital forması kimi elan edilir. Belə ki, P.Uolters və P.Rubinsonun "insan kapitalı" konsepsiyasının nəzəriyyəçilərinin qiymətləndirmələrinə görə, ABŞ iqtisadiyyatında mütəxəssislərin illik buraxılışı ilə 10 il sonra əldə olunan istehsal səviyyəsi arasında davamlı əlaqə müşahidə edilir. Məlum olub ki, təhsilin əmək məhsuldarlığına təsiri onun bilavasitə iş yerində nə dərəcədə səmərəli istifadə edilməsindən asılıdır.

Rusiya iqtisadçıları V.A.May və E.Q.Yasin "insan kapitalı" konsepsiyası nöqteyi-nəzərindən təhsilin fəaliyyətinin beş prinsipi-

ni qeyd etmişlər: ömürlük xarakter, təhsil trayektoriyalarının fərdiləşdirilməsi, təhsilin xüsusilə rəqabət şəklində qloballaşması, təhsilə özəl investisiyaların artması, ən yeni informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının rolunun fəallaşdırılması.

Biliklər iqtisadiyyatı. "Bilik iqtisadiyyatı" termini 1962-ci ildə amerikalı iqtisadçı F. Mahlup tərəfindən təklif olunmuşdur. İndi bu termin biliklərin həlledici rol oynadığı iqtisadiyyatın növünü müəyyənləşdirmək üçün daha geniş istifadə olunur, biliklərin yaradılması və istifadəsi isə artım mənbəyi, şirkətlərin, regionların və ölkələrin rəqabət qabiliyyətliliyini müəyyən edən amilə çevrilir.

Biliklər iqtisadiyyatının ölçülməsi metodikasında təxminən 70 - 80 müxtəlif göstərici var. Bu göstəricilərdən əsasları aşağıdakılardır:

- iqtisadiyyatın yüksək texnologiyalı sektorunun inkişafı, onun emal sənayesi məhsullarında və xidmətlərində xüsusi çəkisi;

- ali təhsil, elmi tədqiqatlar və təcrübi-konstruktor işləri də daxil olmaqla, bilik sektoruna (ictimai və özəl) investisiyaların həcmi;

- informasiya-kommunikasiya avadanlıqlarının, proqram məhsulunun və yüksək texnologiyalı xidmətlərin hazırlanması və buraxılışı;

- innovasiya aktivliyi;

- yeni yüksək texnologiyalı firmaların maliyyələşdirilməsinin əsas mənbəyinin qorunub saxlanılmasını həyata keçirən vençur kapitalının həcmi və strukturu;

- elmi-tədqiqat və təcrübi konstruktor işlərinin maliyyələşdirilməsində özəl kapitalın iştirakı;

- elmi-tədqiqat mərhələləri üzrə elmi - tədqiqat və təcrübi konstruktor işləri xərclərinin strukturu;

- ölkələrarası biliklər axını, o cümlədən elm və innovasiyalar sahəsində beynəlxalq əməkdaşlıq, universitetlərlə elmi-tədqiqat təşkilatları arasında kooperasiyanın gücləndirilməsi; ixtiralar sahəsində ölkələr arasında nəticələrin mübadiləsi;

- elm və yüksək texnologiyalar sahəsində məşğul olanların

sayının artırılması;

- alimlərin və mühəndislərin mobilliyi, xüsusilə də yüksək ixtisaslaşmaya malik olanların;

- informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının yayılması, iş yerlərinin və məşğulluğun artırılmasına informasiya-kommunikasiya sektorunun töhfəsini müəyyən edən fərdi kompüterlərdən geniş istifadə edilməsi;

- emal sənayesinin və yüksək texnologiyalı xidmətlərin yüksək texnologiyalı sahələrinin payı;

- biliklərə yüksək tələb olan bazar xidmətlərinin inkişaf səviyyəsi;

- ölkələr arasında əmtəə mübadiləsində yüksək texnologiyalı məhsulların payının artması;

- yüksək texnologiyalı məhsulların ticarəti;

- yüksək texnologiyalar sahəsində yeni işləmələrin və ixtiraların nəticələrinin patentləşdirilməsinin sürətləndirilməsi.

Lakin biliklər iqtisadiyyatının inkişafını müəyyən edən əsas amil insan kapitalıdır, belə bir iqtisadiyyatın inkişaf etdirilməsi prosesi aşağıdakılardan ibarətdir: birincisi, keyfiyyətli insan kapitalının formalaşdırılması (o cümlədən, insan həyatının keyfiyyətinin yüksəlməsi və onun bacarıqlarının artırılması); ikincisi, yüksək məənəviyyətli texnologiyaların (innovasiya məhsulları) yaradılması; üçüncüsü, səmərəli bilik istehsalı və insan kapitalının təkrar istehsalı üçün ilkin şərtlərin (institusional və infrastruktur uyğunlaşması) yaradılması.

Qeyd etməliyik ki, biliklər iqtisadiyyatı anlayışının müəyyən edilməsində müxtəlif yanaşmalar mövcuddur. Bu yanaşmaları nəzərdən keçirək:

İnformasiya-bilik yanaşması. Ən geniş yayılmış yanaşmadır, iqtisadiyyatın əsasını informasiya və biliklərin tanınması təşkil edir. Bilik istehsalın və iqtisadi faydanın əldə edilməsinin əsas amili olur.

İnformasiya-bilik yanaşması zamanı biliklər iqtisadiyyatının müxtəlif təriflərini verək: biz ölkənin iqtisadiyyatının elə bir vəziyyətini biliklər iqtisadiyyatı adlandırırıq ki, burada:

- a) biliklər tam dəyərli əmtəyə çevrilir;
- b) istənilən mal özü ilə unikal biliklər gətirir;
- c) bilik istehsalın əsas amillərindən birinə çevrilir; biliklərin intensiv və səmərəli istifadəsinə əsaslanan iqtisadiyyat.

Global yanaşma. İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarının birləşməsi biliklər iqtisadiyyatında qloballaşmanın əsas aspektidir. Rəqəmsal inqilab nəticəsində qloballaşmaya görə tamamilə yeni bir iqtisadi sistem ortaya çıxır.

Global yanaşma zamanı biliklər iqtisadiyyatının təriflərini verək: qloballaşmanın və dünya inteqrasiyasının cari prosesləri, bir tərəfdən, hər bir milli iqtisadiyyatın fəaliyyət şəraitini dəyişir, digər tərəfdən isə milli iqtisadi siyasətin seçilməsinə və ölkələr arasında siyasətin əlaqələndirilməsinə yeni yanaşmaları tələb edir; kommunikasiya texnologiyalarının global rəqabət təşkil etdiyi bir dünya.

İnteqrasiya yanaşması. Biliklər iqtisadiyyatı klassik makroiqtisadi nəzəriyyənin qaydalarına uyğun olmayan keyfiyyətə yeni iqtisadiyyat kimi nəzərdən keçirilir.

İnteqrasiya yanaşması zamanı biliklər iqtisadiyyatının təriflərini verək: cəmiyyətin məhsuldar qüvvəsi də daxil olmaqla, bütün xalq təsərrüfatının keyfiyyətə yeni texnoloji səviyyəsi; ictimai əmək bölgüsü sisteminin təkamülünün aktual cəhətdən formalaşan məhsulu; əqli əmək işçilərinin sayının artması ilə yanaşı, bir çox peşə fəaliyyət növlərinin intellektuallaşdırılmasının baş verdiyi iqtisadiyyat.

Şəbəkə yanaşması. Şəbəkə yanaşmasında əsas məqam biliklərin, məsələn, internet şəbəkəsi və ya telekommunikasiya sektorunun digər seqmentləri vasitəsilə yayılmasıdır ki, bu da gəlir əldə etmək üçün yaxşı vasitədir.

Şəbəkə yanaşması zamanı biliklər iqtisadiyyatının tərifini verək: qarşılıqlı əlaqənin sistem yaratma rolunu əldə etdiyi şəbəkə iqtisadiyyatı.

İnnovasiya yanaşması. Bu yanaşmada biliklər iqtisadiyyatı, yeni biliklərin və innovasiya məhsullarının prioritet istifadəsi üzrə inkişaf edən, onların insan fəaliyyətinin müxtəlif sahələrində praktiki

reallaşdırılmasına hazır olan innovasiyalı iqtisadiyyatla eyniləşdirilir.

İnnovasiyalı yanaşma zamanı biliklər iqtisadiyyatının təriflərini verək: bu, cəmiyyətin inkişafının innovativ mərhələsinin özəyidir, çünki onu eyni amillər formalaşdırıb; daim yenilikləri yaradan iqtisadiyyat, yəni biliklərin yeni məhsul və xidmətlərə çevrilməsi üçün davamlı bir prosesi təmin edir; biliklər və innovasiyaların iqtisadi inkişafda üstün rol oynadığı iqtisadiyyat; bu, postindustrial iqtisadiyyatın və innovasiya iqtisadiyyatının inkişafının ən yüksək mərhələsidir; bu, təkrar istehsal prosesində iştirak edən digər kapital növləri ilə müqayisədə biliklərin daha yüksək payı kimi, beşinci və daha yüksək ali texnoloji üslublarda və mənəvi nemətlərin istehsalında özünü göstərən konsentrasiya olunmuş elmi bilikdir.

Bilik iqtisadiyyatı biliklər bazarının, xidmət bazarının və əmək bazarının birliyidir. Bu bazarlar bir-birilə üzvi surətdə əlaqəlidir. Qeyd olunan nöqtəyi-nəzərdən "bilik iqtisadiyyatı"nın aşağıdakı dörd fundamental elementi var:

İnstitusional strukturu. İnstitusional struktur, sahibkarlığın inkişafına kömək edən, habelə bilik inqilabının doğurduğu iqtisadi və sosial dəyişiklikləri dəstəkləyən cəmiyyətin iqtisadi həyatının bütün sahələrində lokal və qlobal biliklərin geniş yayılmasını və səmərəli tətbiqini dəstəkləyən iqtisadi xarakterli və institusional təbiətin müəyyən stimullarının yaradılmasına əsaslanır.

İnnovasiya sistemi. İnnovasiya sistemi şəraitində innovasiya və sahibkarlığı təşviq edən, qlobal biliklərin inkişafı üçün fəaliyyət göstərən kommersiya strukturlarını, elmi və tədqiqat mərkəzlərini, universitetləri və digər müəssisələri əhatə edən, eyni zamanda, yerli tələblərə uyğun olaraq transformasiya edən, innovativ məhsulların, xidmətlərin və işgüzar əməliyyatların həyata keçirilməsi yollarının istehsalı üçün biliklərdən istifadə edən səmərəli təşkilati formalar və işgüzar mühit yaradılır.

Təhsil və təlim. Bu element cəmiyyətin bütün nümayəndələri üçün layiqli təhsil və ömürlük təlim almaq perspektivi olan ixtisaslı, dinamik və yaradıcı insanlar cəmiyyətini formalaşdırmağa yönəlmişdir.

İnformasiya infrastrukturu. Dinamik infrastrukturun, eləcə də rəqabətqabiliyyətli, innovasiya, informasiya iqtisadi məkanının yaradılması prosesi cəmiyyətin həyat fəaliyyəti sahələrinin geniş spektri üçün nəzərdə tutulan müxtəlif effektiv və rəqabətə davamlı xidmət və alətlərdən ibarətdir. Bu proses yalnız internet və mobil rabitə kimi yüksək texnologiyalar formatında deyil, həm də radio, televiziya və müxtəlif media vasitələri, kompüter texnologiyaları və informasiyanın saxlanması, həyata keçirilməsi və tətbiqi üçün digər vasitələr, o cümlədən böyük kommunikasiya xidmətləri formatında həyata keçirilir.

Biliklər iqtisadiyyatının mahiyyətinin və əhəmiyyətinin daha dərindən dərk edilməsi üçün biliklər iqtisadiyyatı indeksindən istifadə edilir.

Biliklər iqtisadiyyatı indeksi-dünya ölkələrində və regionlarında biliklərə əsaslanan iqtisadiyyatın inkişaf səviyyəsini səciyyələndirən kompleks göstəricidir. 2004-cü ildə Dünya Bankı Qrupu tərəfindən "inkişaf üçün bilik" xüsusi proqramı çərçivəsində ölkələrin bilik yaratmaq, qəbul etmək və yaymaq qabiliyyətini qiymətləndirmək üçün işlənilmişdir. Hər il mətbuatda dərc olunur. İndeksin dövlətlər tərəfindən onların siyasətində problemləli məqamları təhlil etmək və ölkənin biliklərə əsaslanan inkişaf modelinə keçid üçün hazırlığını ölçməyə görə istifadə edilməsi nəzərdə tutulur.

İndeksin hesablanması dörd əsas qrupa birləşdirilmiş 109 struktur və keyfiyyət göstəricilərinin kompleksini əhatə edən Dünya Bankı tərəfindən təklif olunan "biliklərin qiymətləndirilməsi metodologiyası" tərəfindən həyata keçirilir:

İqtisadi və institusional rejim indeksi - iqtisadiyyat və cəmiyyətin bütövlükdə inkişaf etdiyi şərtlər, iqtisadi və hüquqi mühit, tənzimləmə keyfiyyəti, biznesin və özəl təşəbbüsün inkişafı, cəmiyyətin və onun institutlarının mövcud biliklərdən səmərəli istifadə etmək və yeni biliklər yaratmaq qabiliyyətidir.

Təhsil indeksi əhalinin təhsil səviyyəsi, onun biliklərinin yaradılması, yayılması və istifadəsi üzrə davamlı bacarıqlara malik olmasıdır. Həddi buluğa çatmış əhalinin savad göstəriciləri,

qeydiyyatdan keçmiş tələbə və məktəblilərin müvafiq yaş həddində olan şəxslərin sayına nisbəti, eləcə də bir sıra digər göstəricilər bura aiddir.

Innovasiya indeksi - milli innovasiya sisteminin inkişaf səviyyəsi, bura aiddir: qlobal bilikləri yerli ehtiyaclar üçün qəbul edən və uyğunlaşdıran, həmçinin, yeni biliklər və ona əsaslanan yeni texnologiyalar yaradan şirkətlər, tədqiqat mərkəzləri, universitetlər, peşəkar birliklər və digər təşkilatlar; elmi-tərəqqi və təcürbi konstruktor işləri sahəsində çalışan elmi işçilərin sayı; qeydə alınmış patentlərin sayı, elmi jurnalların sayı, tirajı və sair.

İnformasiya və kommunikasiya texnologiyaları indeksi - informasiya və kommunikasiya infrastrukturunun inkişaf səviyyəsidir ki, bu da informasiyanın səmərəli yayılmasına və emalına imkan yaradır.

Ölkələrin hər bir göstərici qrupu üzrə ballarla - 1-dən 10-a qədər qiymətləndirmə aparılır. Bal nə qədər yüksək olarsa, ölkə bu meyar üzrə daha yüksək qiymətləndirilir. Hesablama zamanı ümumi daxili məhsulun illik artım göstəricilərini və ölkənin insan inkişafı indeksinin əhəmiyyətini ehtiva edən ümumi iqtisadi və sosial göstəricilər də nəzərə alınır.

Biliklərin qiymətləndirilməsi metodologiyası, həmçinin, iki ümumi indeks təklif edir - biliklər iqtisadiyyatı indeksi və biliklər indeksi.

Biliklər iqtisadiyyatı indeksi - ölkənin iqtisadi və ictimai inkişaf məqsədləri üçün biliklərdən istifadəsinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi üçün kompleks göstəricidir. Bu və ya digər ölkənin, yaxud bölgənin bilik iqtisadiyyatı ilə bağlı inkişaf səviyyəsini xarakterizə edir.

Biliklər indeksi - ölkənin bilik yaratmaq, qəbul etmək və yaymaq qabiliyyətini qiymətləndirmək üçün kompleks iqtisadi göstəricidir. Müəyyən bir ölkənin və ya bölgənin bilik iqtisadiyyatına olan potensialını xarakterizə edir.

Biliklər iqtisadiyyatı indeksi dörd göstəricidən - iqtisadi və institusional rejim, təhsil, innovasiya və informasiya texnologiyaları və kommunikasiya indekslərinin orta dəyəridir.

Biliklər indeksi üç göstəricinin - təhsil, innovasiya və infor-

masiya texnologiyaları və kommunikasiya indekslərinin orta ölçüsüdür. Bu indekslər hər bir ölkə, bir qrup ölkə və bütövlükdə dünya üçün hesablanır. Metodologiya müxtəlif ölkələrin ayrı-ayrı göstəricilərini, həmçinin, ölkələr qrupunu səciyyələndirən orta göstəriciləri müqayisə etməyə imkan verir. Müqayisə həm ayrı, həm də ümumi göstəricilərə görə tətbiq edilə bilər.

16.5. Azərbaycan mezoiktisadiyyatı sahələrinin müasir konyukturası

Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan Respublikasının ərazisi müxtəlif faydalı qazıntılarla zəngindir. Onların sırasında xüsusilə karbohidrogen ehtiyatlarını qeyd etməliyik. Azərbaycan Respublikasında karbohidrogen ehtiyatlarının (neft və qaz yataqları) ərazisi Abşeron yarımadası və Xəzər dənizidir. Bu ərazilərdə qeyd olunan faydalı qazıntıların iri yataqları mövcuddur. Onların istifadəsi olduqca vacib məsələlərdəndir. Azərbaycan Respublikası müstəqilliyini bərpa etdikdən sonra bu məsələ xüsusi əhəmiyyət daşıyırdı. Burada iki əsas məqam nəzərə alınmalıdır: ölkə əhalisinin rifahının yaxşılaşdırılması; iqtisadiyyatın inkişafı və faydalı qazıntıların səmərəli istifadəsi.

Xüsusilə qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan Respublikasının sosial-iqtisadi cəhətdən irəli getməsində yanacaq-enerji kompleksinin rolu danılmazdır. Azərbaycan Respublikasında yanacaq-enerji kompleksinin qarşısında duran vəzifələr aşağıdakılardır:

- ölkəmizin son vaxtlar qazanılmış uğurlarının daha da möhkəmləndirilməsi;
- iqtisadiyyatın, əhalinin enerji resurslarına olan tələbatının daha dolğun təminatını həyata keçirməsi.

Bu vacib məsələnin həlli məqsədilə “Azərbaycan Respublikasının yanacaq-enerji kompleksinin inkişafı (2005-2015-ci illər) üzrə Dövlət Proqramı” hazırlanmışdı. Əsas məqsəd: on il ərzində yanacaq-enerji kompleksinə aid olan sahələrin inkişaf istiqamətləri müəyyən edilmiş və onların həyata keçirilməsi üçün konkret tədbirlər nəzərdə tutulmuşdur. **Daha dəqiq desək, Dövlət Proqramı-**

nın məqsədini aşağıdakı kimi müəyyən edə bilərik:

- qarşıdakı on ildə Azərbaycan Respublikasının yanacaq-enerji kompleksini inkişaf etdirmək;
- əhalinin və iqtisadiyyatın enerjidaşıyıcılarına olan tələbatının daha dolğun ödənilməsinə nail olmaq.

Dövlət Proqramında qeyd olunan vəzifələr xüsusi maraq doğurur:

* *birinci vəzifə*: yanacaq-energetika kompleksinə daxil olan sahələrin səmərəliliyinin artırılması üçün müvafiq elmi-texniki və təşkilati tədbirlərin həyata keçirilməsi;

* *ikinci vəzifə*: enerji ehtiyatlarının istehsalı, emalı, daşınması, saxlanması, uçotu və istehlakı üzrə mütərəqqi texnoloji tədbirlərin həyata keçirilməsinin təmin edilməsi;

* *üçüncü vəzifə*: yanacaq-energetika kompleksinin inkişafı üçün cəlb olunan investisiyaların həcmının artırılması;

* *dördüncü vəzifə*: yanacaq-energetika kompleksində ekoloji təhlükəsizliyin təmin edilməsi;

* *beşinci vəzifə*: yanacaq-enerji ehtiyatlarının (elektrik enerjisi və təbii qazın) istehlakı üçün ödənişlərin daha dolğun həyata keçirilməsinin təmin edilməsi;

* *altıncı vəzifə*: ölkəmizin yanacaq-energetika kompleksinin müasir tələblərə uyğun inkişafının əsas istiqamətlərinin müəyyən edilməsi.

Yanacaq-energetika kompleksi ölkənin enerji təhlükəsizliyini təmin edir: onun sahələrinin inkişaf parametrləri xarici siyasət, iqtisadiyyatın inkişafı və sosial sabitliyin mühüm amilləridir.

Ölkəmizin ən yeni tarixi ərzində Azərbaycan Respublikasının iqtisadiyyatında yanacaq-energetika kompleksinin rolu haqqında sual öz aktuallığını itirmir, baxmayaraq ki, kəmiyyət qiymətləndirmələri bir-biri ilə əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir.

Yanacaq-energetika kompleksi sahələrinin əsas funksiyası iqtisadiyyatın enerji təchizatının mərhələləridir: ilkin enerji resurslarının hasilatı, onların nəqli, qazın, elektrik enerjisinin, istilik-enerjisinin, neft məhsullarının emalı və istehlakçılara çatdırılması.

Enerji təchizatı ilə yanaşı, yanacaq-energetika kompleksinin

iqtisadiyyata təsirinin digər əhəmiyyətli amilləri də mövcuddur.

Bu təsir xüsusi göstəricilərlə ifadə edilir:

* əsas makroiqtisadi göstəricilərdə (o cümlədən ÜDM - in istehsalında və məcmu investisiyalarda) və ümumi valyuta daxilolmalarında (malların ixracından əldə edilən gəlir) yanacaq-energetika kompleksi sahələrinin payı;

* dövlət büdcəsinin gəlirlərinin yanacaq - energetika kompleksinin sahələrinin vergitutmasından və gömrük yığımlarını nəzərə alaraq yanacaq- energetika resurslarının alqı-satqısından asılılığı;

* enerji daşıyıcılarının bahalaşmasının iqtisadiyyatın inkişaf dinamikasına, inflyasiyanın tempinə və enerji istehlakçılarının maliyyə vəziyyətinə təsiri.

Azərbaycan Respublikasında neft hasilatının göstəriciləri həcmi aşağıdakı cədvəldə verilmişdir:

İllər	Neft hasilatı, min ton (qaz kondensatı daxil olmaqla)
1985	13 143
1986	13 321
1987	13 804
1988	13 741
1989	13 159
1990	12 513
1991	11 742
1992	11 084
1993	10 295
1994	9 563
1995	9 161
1996	9 100
1997	9 071
1998	11 424
1999	13 807
2000	14 017
2001	14 909
2002	15 334
2003	15 381

2004	15 549
2005	22 214
2006	32 268
fkzzy2006 - əmtəlik	32 186
2007	42 598
2007 - əmtəlik	42 523
2008	44 514
2008 - əmtəlik	44 395
2009	50 416
2009 - əmtəlik	50 364
2010	50 838
2010 - əmtəlik	50 692
2011	45 626
2011 - əmtəlik	45 375
2012	43 375
2012 - əmtəlik	42 982
2013	43 457
2013 - əmtəlik	43 163
2014	42 076
2014 - əmtəlik	41 952
2015	41 628
2015 - əmtəlik	41 570
2016	41 050
2016 - əmtəlik	40 999
2017	38 688
2017 - əmtəlik	38 636
2018	38814
2018 - əmtəlik	38722
2019	37501
2019 - əmtəlik	37452
2020	34532
2020 - əmtəlik	34465
2021	34580
2021 - əmtəlik	34513

Cədvəl 16.5.1. Azərbaycan Respublikasında 1985-2021-ci illərdə neft hasilatı, min ton [6].

ÜDM-in istehsalına verdiyi töhfəyə görə yanacaq-energetika kompleksi bəzi ölkələrdə xidmət sahəsindən sonra iqtisadiyyatın ən iri sektorudur və iqtisadiyyatın həcmnin dördüdə biri yanacaq-energetika kompleksinin payına düşür.

Cədvəldən də göründüyü kimi, son illərdə neft hasilatının həcmində müyyən azalmalar baş vermişdir. Neft hasilatının gərgin vəziyyəti şəraitində qaz kondensatı hasilatının artırılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Hazırda Azərbaycanın qaz təchizatı sistemi özündə aşağıdakı ları birləşdirir: 4000 km uzunluğunda, diametri 1000-1200 mm-ə qədər, işçi təzyiqi 55 atmosfer, gündəlik qaz nəqletmə qabiliyyəti - 70 milyon kub metr, illik qaz nəqletmə qabiliyyəti 25 milyard kub metr olan magistral qaz kəmərləri və onların qolları mövcuddur.

İllər	Təbii qaz-cəmi	o cümlədən:	
		səmt qazı	təbii qaz
1983	14 504	3 167	11 337
1984	14 413	3 217	11 196
1985	14 067	2 987	11 080
1986	13 580	2 845	10 735
1987	12 523	2 608	9 914
1988	11 826	2 686	9 140
1989	11 112	2 457	8 655
1990	9 926	2 123	7 803
1991	8 621	1 497	7 124
1992	7 872	1 371	6 501
1993	6 805	1 109	5 696
1994	6 379	1 382	4 996
1995	6 644	2 145	4 499
1996	6 305	2 076	4 229
1997	5 964	2 008	3 956
1998	5 589	2 334	3 255
1999	5 997	3062	2 935
2000	5 642	2 859	2 783
2001	5 535	3 165	2 370
2002	5 144	3 118	2 025

2003	5 128	3 170	1 958
2004	4 995	3 051	1 944
2005	5 732	3 855	1 877
2006	9 076	6 727	2 349
2006 - əmtəlik	6 080
2007	16 850	9 593	7 257
2007 - əmtəlik	10 832	4 034	6 798
2008	23 399	12 811	10 588
2008 - əmtəlik	16 336	12 401	3 935
2009	23 598	12 080	11 518
2009 - əmtəlik	16 325	5 220	11 106
2010	26 312	12 370	13 943
2010 - əmtəlik	16 673	4 798	11 875
2011	25 728	13 360	12 368
2011 - əmtəlik	16 361	4 449	11 913
2012	26 796	13 579	13 217
2012 - əmtəlik	17 242	4 483	12 759
2013	29 245	13 945	15 300
2013 - əmtəlik	17 895	3 294	14 601
2014	29 555	13 945	15 610
2014 - əmtəlik	18 827	3 837	14 990
2015	29 175	13 663	15 512
2015 - əmtəlik	19 236	4 341	14 895
2016	29 331	13 952	15 379
2016 - əmtəlik	18 718	3 917	14 801
2017	28 596	13 905	14 691
2017- əmtəlik	18 186	4 112	14 074
2018	30490	14046	16444
2108 - əmtəlik	19207	3500	15707
2019	35610	13578	22032
2019 - əmtəlik	24514	3241	21273
2020	37 140	13 232	23 908
2020 - əmtəlik	26 487	3 326	23 161
2021	43 867	14 912	28 955
2021 - əmtəlik	32 578	4 332	28 246

Cədvəl 16.5.2. Azərbaycanca 1983-2021-ci illərdə təbii qaz hasilatı, milyon kub m [6].

1991-ci ildə Sovetlər İttifaqının dağılması və Azərbaycanın müstəqil dövlət kimi yaranması ilə dərhal həll olunmasını tələb edən ən mühüm problemlərdən biri də yeni torpaq siyasətinin aparılması və torpaq islahatının həyata keçirilməsi idi. Sovet İttifaqında mövcud olan asılı iqtisadiyyat sisteminin dağılması Azərbaycanın iqtisadiyyatını, eləcə də digər respublikaların iqtisadiyyatını ağır böhrana gətirib çıxardı. Respublikanın bu böhrandan ən qısa müddətdə yeganə və ən doğru yolla çıxması onun iqtisadiyyatının yeni əsaslar üzərində bərpası idi ki, bu da yalnız ilk növbədə torpaq islahatı aparıldıqdan sonra mümkün ola bilərdi. Müstəqil Azərbaycanın təşəkkülündə digər kəskin problemlərin həlli kimi, torpaq islahatının həyata keçirilməsi də Ulu Öndər Heydər Əliyevin adı ilə bağlıdır.

1993-2003-cü illər ərzində Azərbaycan Respublikasında aqrar islahatlar və onların ayrılmaz hissəsi olan torpaq islahatları aparılmış, kənd təsərrüfatının inkişaf templəri, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı artmış, istehsalçıların maddi vəziyyəti, istehsal fəaliyyəti şərtləri yaxşılaşmış, nəhayət, Azərbaycan əkinçisinin torpaq mülkiyyətçisi olmaq arzusu həyata keçirilmişdir. Eyni zamanda, torpaq bərasində tarixi ədalət bərpa edildi - o, əvəzsiz olaraq kəndlilərə verildi və əkinçinin torpağa yeni münasibətinin formalaşdırılması üçün real şərait yarandı.

Təəssüflə qeyd etmək lazımdır ki, müstəqilliyin ilk illərində, yəni 1993-cü ilə qədər tez-tez hakimiyyət dəyişikliyi, peşəkarlığın, özbaşnalığın və anarxiyanın olmaması, hər halda, baş verən hakimiyyət böhranları onsuz da dağılan iqtisadiyyata ağır və məhvədicə təsir göstərmişdir. Digər tərəfdən, Azərbaycanın Ermənistanla müharibəyə cəlb edilməsi, işğal edilmiş və müharibə ilə əhatə olunmuş rayonlardan qaçqınların respublikanın digər rayonlarına axını, hərbi əməliyyatlara fantastik məsrəflər ən dərin böhran şəraitində olan iqtisadiyyata böyük ziyan vurmuşdur.

1993-cü ildən başlayaraq Azərbaycan xalqı iqtisadi böhrandan çıxmağa və hərbi-iqtisadi qarşıdurmadan, sosial deqradasiyadan, mədəni tənəzzüldən və mənəvi zərbələrdən xilas olmağa başladı.

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, aqrar sahə Azərbaycan iqtisadiyyatının mühüm bir hissəsi idi və bu sahənin inkişafı torpaq islahatının nəticələrindən birbaşa asılı idi.

Lakin unutmamaq olmasın ki, bu prosesin uğuru 1969-1982-ci illərdə aqrar sahənin inkişafı üçün Azərbaycanda aparılan böyük işlərlə birbaşa bağlıdır. Bu dövrdə kənd təsərrüfatı üçün həyata keçirilən tədbirlər, respublikanın torpaq resurslarının və aqrar potensialının səmərəli istifadəsinin təşkili, meliorasiya təsərrüfatının yaradılması müstəqillik dövründə aqrar islahatların həyata keçirilməsi üçün lazımı baza yaratdı. Ölkədə aqrar islahat yalnız Ümummilli lider Heydər Əliyevin 1969-1982-ci illərdə təməlini qoyduğu tədbirlər hesabına həyata keçirilmişdir.

Kənd təsərrüfatında mühüm nailiyyətlər əldə etmiş islahatlar dünya miqyasında bu islahatların müəllifi və icraçısı Heydər Əliyev tərəfindən müəyyən edilmiş üç əsas prinsiplə fərqlənir:

Birincisi, Azərbaycanda torpaq məhz onun təşəbbüsü ilə vətəndaşlara təmənnasız verilmişdir. Nəticədə, təxminən, 3 milyon 500 min nəfər torpaq mülkiyyətçilərinə çevrilmişdir. Mülkiyyətçilərin yeni güclü sinfinin yaranmasını, yeni torpaq münasibətlərinin formalaşmasını torpaqdan səmərəli və məhsuldar istifadə olunmasını, habelə ona doğma və qayğıkeş münasibət göstərilməsini şərtləndirdi.

İkincisi, əkinə yararlı və keyfiyyətli torpaqlar özəlləşdirilmişdir. Başqa sözlə, MDB ölkələrindən fərqli olaraq, vətəndaşlara yararsız və az yararlı torpaqlar deyil, əkin üçün yararlı və münbit sovxoz və kolxoz torpaqları paylandı. Eyni zamanda, Azərbaycan Respublikasında fiziki və hüquqi şəxslərin mülkiyyətində olan torpağın alqı-satqısı, bağışlanması, icarəyə və ya istifadəyə verilməsi, vərəsəlik, girov qoyulmasının müstəsna hüquqları müəyyən edilmişdir. Bu onu göstərirdi ki, Azərbaycan Respublikasında həyata keçirilən islahatlar keçmiş SSRİ respublikalarında olduğu kimi formal deyil, möhkəm və fundamental əsasla malik idi.

Üçüncüsü, respublika ərazisində yaşayan bütün vətəndaşlara yaşayış yerindən asılı olmayaraq torpaqdan istifadə və icarə

hüququ verilmiş, eyni zamanda Azərbaycanın hər bir vətəndaşı torpağın alqı-satqısı proseslərində və torpaqla bağlı müqavilə və əqdlərin bağlanmasıda iştirak etmək hüququ əldə etmişdir. Başqa sözlə, əhalinin qalan hissəsi torpaq mülkiyyətçisinə çevrilmiş 3 milyon 500 min subyektdən başqa, cari prosedən kənarlaşdırılmayıb. Yəni hər bir vətəndaş torpaqla bağlı yeni proseslərin subyektı olmaq hüququ əldə etmişdir.

Azərbaycan Respublikasında aqrar islahatlar 1995 - ci ildən həyata keçirilməyə başlandı. O dövrdə, Dövlət Aqrar İslahatlar Komissiyası tərəfindən işlənilib hazırlanmış və qəbul edilmiş bir sıra ardıcıl qanunlar təcridən həyata keçirilməyə başlandı.

Aqrar islahatların məqsədi aşağıdakılardır:

- birincisi, aqrar sektorun böhrandan çıxarılması;
- ikincisi, iqtisadiyyatın sabitləşdirilməsi;
- üçüncüsü, əhalinin sosial-iqtisadi vəziyyətinin yaxşılaşdırılması.

Aqrar islahatların vəzifələri - bazar iqtisadiyyatına tətbiq edilən istehsal sahəsində və infrastruktur sahəsində fərqli təsərrüfat növlərinin yaradılması və inkişaf etdirilməsi yolu ilə torpaq və əmlak üzərində mülkiyyət münasibətləri istiqamətində yeni münasibətlərin formalaşdırılması, istehsal münasibətlərinin dəyişdirilməsi və təkmilləşdirilməsi məsələlərini əhatə edirdi.

Aqrar islahatların əsas istiqamətləri arasında aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

- aqrar sektorda yeni mülkiyyət münasibətlərinin formalaşdırılması istiqaməti;
- torpaq islahatı, meliorasiya və su təsərrüfatı islahatı;
- müxtəlif təsərrüfat növlərinin yaradılması istiqaməti;
- aqrar sektorun dövlət təminatı istiqaməti.

Aqrar islahatın əsas prinsipləri arasında aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

* kənd təsərrüfatında islahatların dövlətin həyata keçirdiyi iqtisadi siyasətlə əlaqələndirilməsi prinsipi;

* islahatın aparılması zamanı sosial məsələlərlə bağlı

prinsiplərin təmin edilməsinin həyata keçirilməsi;

* təsərrüfat prosesinin təşkili zamanı və sərəncamında olan öz məhsulları ilə əmtəə istehsalçılarının tam azadlığının təmin edilməsi prinsipi

* respublikanın kənd təsərrüfatının xüsusiyyətlərinin uçuotu prinsipi;

* ətraf mühitin mühafizəsi tələblərinə riayət edilməsi prinsipi;

* kənd əhalisinin sosial inkişafı və sosial müdafiəsi prinsipi.

Aqrar islahatların həyata keçirilməsi zamanı aqrar sektorda yeni mülkiyyət formalarının formalaşdırılmasına diqqət yetirmək lazımdır. Burada aşağıdakı məqamlar nəzərə alınmalıdır:

- dövlət və bələdiyyə mülkiyyəti məsələləri;

- torpaq islahatı;

- meliorasiya və su təsərrüfatlarının islahatı;

- emal sənayesi və istehsalla bağlı infrastruktur sahələri obyektlərinin özəlləşdirilməsi prosesinin həyata keçirilməsi məsələləri;

- sosial infrastrukturda keyfiyyətə yeni mülkiyyət münasibətləri məsələləri;

- istehlak kooperasiyasının islahatı.

Aqrar islahatlar zamanı müxtəlif təsərrüfat növlərinin yaradılması vacib məsələlərdən biridir. Burada aşağıdakı məqamlar nəzərə alınmalıdır:

- təsərrüfatların müxtəlif növləri;

- müxtəlif təsərrüfatların yaradılması məsələləri;

- bircə və kollektiv təsərrüfatların islahatları məsələləri.

Aqrar sektorun dövlət təminatı vacib əhəmiyyət kəsb edir.

Bu məsələyə aiddir:

* aqrar sektor üzərində dövlət proteksiyası (himayədarlığı);

* aqrar bazarın dövlət tənzimlənməsi;

* kənd əhalisinin sosial müdafiəsi məsələlərinin həyata keçirilməsi;

* aqrar sahə mütəxəssislərinin hazırlanması;

* aqrar sektorun elmi təminatı.

1993-2003-cü illər ərzində qəbul və təsdiq edilmiş 52-dən çox fərman və sərəncam, düzgün icra mexanizmləri əsasında aparılan aqrar siyasət Azərbaycanın aqrar sahəsinin inkişafına xidmət etmişdir.

Bu gün kifayət qədər mükəmməl qəbul olunmuş qanunlara görə, dövlətin mülkiyyətində olan və bələdiyyə mülkiyyətinə verilmiş torpaq nəticə etibarilə Azərbaycan vətəndaşlarının rifahı naminə istifadə olunur. Belə ki, bələdiyyə mülkiyyətinə verilmiş torpaqlar alqı-satqı, istifadə və icarə qaydalarına, dövlət mülkiyyətində olan torpaqlar icarə və istifadə qaydaları əsasında əhaliyə xidmət edir. Nəhayət, bütün qanunlar hüquqi bazanın yaradılması ilə yanaşı, eyni zamanda, xalqın maddi rifahının yaxşılaşdırılması üçün əsas olmalıdır. Ölkə Prezidenti cənab İlham Əliyevin 24 noyabr 2003-cü il tarixli "Azərbaycan Respublikasının sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsi tədbirləri haqqında" imzalandığı Fərman aqrar sektorun inkişafına, bu sahədə çalışan insanlar üçün əlverişli şəraitin yaradılmasına təkan vermişdir. "Azərbaycan Respublikası regionlarının 2009-2013-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı"nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, "2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında yoxsulluğun azaldılması və davamlı inkişaf Dövlət Proqramı"nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı, "Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər" in təsdiq edilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2021-ci il 2 fevral tarixli Sərəncamı bir daha sübut edir ki, Ulu Öndərin başladığı siyasəti, onun layiqli davamçısı İlham Əliyev uğurla davam etdirir və iqtisadiyyatda, o cümlədən aqrar - sənaye kompleksində inkişaf göz qabağındadır. Bunu aşağıda təqdim olunan cədvəllər bir daha sübut edir.

Kənd təsərrüfatının ümumi məhsulu, faktiki qiymətlərlə, milyon manat									
İllər	Cəmi	o cümlədən		Cəmi	o cümlədən		Cəmi	o cümlədən	
		Bitkiçilik məhsulları	Heyvandarlıq məhsulları		Bitkiçilik məhsulları	Heyvandarlıq məhsulları		Bitkiçilik məhsulları	Heyvandarlıq məhsulları
Bütün təsərrüfat kateqoriyaları				Kənd təsərrüfatı müəssisələri			Fərdi sahibkar, ailə kəndli və ev təsərrüfatları		
1990	0,102	0,065	0,037	0,062	0,046	0,016	0,040	0,019	0,021
1991	0,198	0,125	0,073	0,111	0,084	0,027	0,087	0,041	0,046
1992	1,560	1,056	0,504	0,780	0,673	0,107	0,780	0,383	0,397
1993	10,726	5,615	5,111	4,205	3,115	1,090	6,521	2,500	4,021
1994	143,7	93,1	50,6	48,3	40,7	7,6	95,4	52,4	43,0
1995	726,8	418,1	308,7	233,6	194,7	38,9	493,2	223,4	269,8
1996	925,3	529,7	395,6	295,9	246,6	49,3	629,4	283,1	346,3
1997	853,5	486,5	367,0	213,7	178,1	35,6	639,8	308,4	331,4
1998	921,6	538,6	383,0	59,6	54,7	4,9	862,0	483,9	378,1
1999	989,1	541,7	447,4	37,6	33,4	4,2	951,5	508,3	443,2
2000	1112,4	617,7	494,7	23,9	17,8	6,1	1088,5	599,9	488,6
2001	1242,2	718,6	523,6	22,9	14,9	8,0	1219,3	703,7	515,6
2002	1342,9	774,1	568,8	22,8	11,0	11,8	1320,1	763,1	557,0
2003	1450,5	807,0	643,5	41,6	10,3	31,3	1408,9	796,7	612,2
2004	1572,7	874,8	697,9	63,2	13,0	50,2	1509,5	861,8	647,7
2005	1844,8	988,2	856,6	68,8	13,9	54,9	1776,0	974,3	801,7
2006	2115,5	1124,4	991,1	63,7	16,0	47,7	2051,8	1108,4	943,4
2007	2918,6	1726,4	1192,2	119,6	23,2	96,4	2799,0	1703,2	1095,8
2008	3505,9	2084,9	1421,0	186,0	41,0	145,0	3319,9	2043,9	1276,0
2009	3805,5	2106,0	1699,5	227,9	70,0	157,9	3577,6	2036,0	1541,6

2010	3877,7	1999,2	1878,5	192,6	60,0	132,6	3685,1	1939,2	1745,9
2011	4525,2	2339,8	2185,4	236,0	82,2	153,8	4289,2	2257,6	2031,6
2012	4844,6	2458,2	2386,4	319,4	97,3	222,1	4525,2	2360,9	2164,3
2013	5244,6	2629,6	2615,0	363,9	120,5	243,4	4880,7	2509,1	2371,6
2014	5225,8	2449,4	2776,4	404,5	111,8	292,7	4821,3	2337,6	2483,7
2015	5635,3	2761,1	2874,2	410,1	132,5	277,6	5225,2	2628,6	2596,6
2016	5632,4	2577,2	3055,2	449,2	145,8	303,4	5183,2	2431,4	2751,8
2017	6580,0	3019,0	3561,0	645,4	238,5	406,9	5934,6	2780,5	3154,1
2018	7010,0	3186,0	3824,0	660,9	262,1	398,8	6349,1	2923,9	3425,2
2019	7836,7	3751,2	4085,5	713,2	321,0	392,2	7123,5	3430,2	3693,3
2020	8428,9	4028,4	4400,5	834,5	438,3	396,2	7594,4	3590,1	4004,3
2021	9163,4	4511,0	4652,4	885,9	467,3	418,6	8277,5	4043,7	4233,8

Cədvəl 16.5.3. Kənd təsərrüfatının ümumi məhsulu, faktiki qiymətlərlə, milyon manat [6].

Kənd təsərrüfatına yararlı torpaqlar, ilin axırına					
İllər	Kənd təsərrüfatına yararlı torpaqlar	o cümlədən			
		əkin yeri	dincə qoyulmuş torpaqlar	çoxillik əkmələr	biçənək və örüş-otlaq sahələri
min hektar					
1970	4253,0	1339,3	369,9	264,2	2279,6
1975	4273,6	1423,4	210,0	312,9	2327,3
1980	4282,0	1360,9	180,9	404,8	2335,4
1985	4327,0	1454,3	86,8	416,6	2369,3
1990	4382,9	1589,0	80,8	347,4	2365,7
1991	4448,7	1615,8	82,6	328,9	2421,4

1992	4446,2	1612,3	92,2	310,3	2431,4
1993	4456,7	1620,4	95,5	310,5	2430,3
1994	4486,0	1623,2	100,4	308,7	2453,7
1995	4489,1	1628,4	97,9	309,5	2453,3
1996	4526,2	1672,2	112,6	262,9	2478,5
1997	4588,7	1695,7	101,8	264,5	2526,7
1998	4682,1	1735,5	70,5	253,7	2622,4
1999	4692,4	1761,6	63,3	236,9	2630,6
2000	4740,4	1766,8	58,8	236,8	2678,0
2001	4745,6	1775,9	59,8	227,0	2682,9
2002	4744,9	1783,2	54,1	225,9	2681,7
2003	4754,6	1785,6	53,0	225,7	2690,3
2004	4754,9	1790,8	49,9	222,8	2691,4
2005	4758,6	1797,6	45,6	221,5	2693,9
2006	4756,0	1795,5	45,8	221,1	2693,6
2007	4756,5	1808,4	45,6	224,7	2677,8
2008	4756,7	1818,4	41,8	227,5	2669,0
2009	4757,2	1832,5	41,5	227,0	2656,2
2010	4766,8	1842,7	41,4	227,4	2655,3
2011	4768,7	1843,8	41,9	227,2	2655,8
2012	4768,3	1855,0	41,8	230,9	2640,6
2013	4769,8	1884,3	41,0	230,3	2614,2
2014	4769,7	1885,6	40,9	233,5	2609,7
2015	4769,8	1897,5	40,2	237,0	2595,1
2016	4772,9	1959,1	39,8	241,1	2532,9
2017	4777,5	2054,7	39,8	246,8	2436,2
2018	4779,5	2057,9	40,0	255,0	2426,6

2019	4779,7	2056,5	39,5	260,3	2423,4
2020	4780,1	2045,2	39,2	272,7	2423,0
2021	4780,6	2049,8	39,2	274,1	2417,5
Faiz					
1970	100,0	31,5	8,7	6,2	53,6
1975	100,0	33,3	4,9	7,3	54,5
1980	100,0	31,8	4,2	9,5	54,5
1985	100,0	33,6	2,0	9,6	54,8
1990	100,0	36,3	1,8	7,9	54,0
1991	100,0	36,3	1,9	7,4	54,4
1992	100,0	36,2	2,1	7,0	54,7
1993	100,0	36,4	2,1	7,0	54,5
1994	100,0	36,2	2,2	6,9	54,7
1995	100,0	36,3	2,2	6,9	54,6
1996	100,0	36,9	2,5	5,8	54,8
1997	100,0	36,9	2,2	5,8	55,1
1998	100,0	37,1	1,5	5,4	56,0
1999	100,0	37,5	1,4	5,0	56,1
2000	100,0	37,3	1,2	5,0	56,5
2001	100,0	37,4	1,3	4,8	56,5
2002	100,0	37,6	1,1	4,8	56,5
2003	100,0	37,6	1,1	4,7	56,6
2004	100,0	37,7	1,0	4,7	56,6
2005	100,0	37,8	1,0	4,6	56,6
2006	100,0	37,8	1,0	4,6	56,6
2007	100,0	38,0	1,0	4,7	56,3
2008	100,0	38,2	0,9	4,8	56,1

2009	100,0	38,5	0,9	4,8	55,8
2010	100,0	38,6	0,9	4,8	55,7
2011	100,0	38,6	0,9	4,8	55,7
2012	100,0	38,9	0,9	4,8	55,4
2013	100,0	39,5	0,9	4,8	54,8
2014	100,0	39,5	0,9	4,9	54,7
2015	100,0	39,8	0,8	5,0	54,4
2016	100,0	41,0	0,8	5,1	53,1
2017	100,0	43,0	0,8	5,2	51,0
2018	100,0	43,1	0,8	5,3	50,8
2019	100,0	43,0	0,8	5,5	50,7
2020	100,0	42,8	0,8	5,7	50,7
2021	100,0	42,9	0,8	5,7	50,6

Cədvəl 16.5.4. Kənd təsərrüfatına yararlı torpaqlar, ilin axırına [6]

İllər	Cəmi	o cümlədən					
		sənaye	kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və bəhççilik	tikinti	nəqliyyat və rabitə	xalis vergilər	digər sahələr
milyon manat							
2000	4718.1	1699.0	758.9	308.0	567.1	291.2	1093.9
2001	5315.6	1999.6	788.7	310.7	538.9	418.3	1259.4
2002	6062.5	2270.1	846.0	528.0	597.1	486.2	1335.1
2003	7146.5	2666.9	888.0	802.0	713.8	549.8	1526.0
2004	8530.2	3268.6	937.3	1062.1	812.4	615.7	1834.1
2005	12522.5	6201.9	1137.9	1126.8	917.2	946.5	2192.2

2006	18746.2	10768.3	1329.4	1445.5	1242.9	1024.4	2935.7
2007	28360.5	16926.9	1901.0	1825.4	2074.9	1870.2	3762.1
2008	40137.2	23574.0	2246.0	2800.3	2681.7	2688.6	6146.6
2009	35601.5	17510.2	2179.5	2554.3	3072.0	2810.0	7475.5
2010	42465.0	21942.2	2344.6	3439.7	3160.3	2876.5	8701.7
2011	52082.0	28010.7	2643.5	4141.0	3487.7	3056.0	10743.1
2012	54743.7	27040.4	2813.7	5507.9	3638.7	3392.0	12351.0
2013	58182.0	26441.7	3122.2	6753.7	3580.8	3878.0	14405.6
2014	59014.1	24169.4	3139.2	7454.4	3726.8	4413.0	16111.3
2015	54380.0	17912.4	3359.4	6499.5	4329.6	4859.0	17420.1
2016	60425.2	22398.0	3386.8	6338.9	5133.8	4921.5	18246.2
2017	70337.8	28208.5	3944.1	6750.6	5862.6	5004.4	20567.6
2018	80092.0	35665.1	4174.8	6183.4	6183.2	6198.3	21687.2
2019	81896.2	33885.9	4664.2	6098.8	6339.3	7362.5	23545.5
2020	72578.1	24732.6	4891.0	5718.5	6713.2	6848.4	23674.4
2021*	92857.7	39497.6	5456.8	5470.9	8029.6	7844.2	26558.6
faiz							
2000	100.0	36.0	16.1	6.5	12.0	6.2	23.2
2001	100.0	37.6	14.8	5.8	10.1	7.9	23.8
2002	100.0	37.4	14.0	8.7	9.8	8.0	22.1
2003	100.0	37.3	12.4	11.2	10.0	7.7	21.4
2004	100.0	38.3	11.0	12.5	9.5	7.2	21.5
2005	100.0	49.5	9.1	9.0	7.3	7.6	17.5
2006	100.0	57.4	7.1	7.7	6.6	5.5	15.7
2007	100.0	59.7	6.7	6.4	7.3	6.6	13.3
2008	100.0	58.7	5.6	7.0	6.7	6.7	15.3
2009	100.0	49.2	6.1	7.2	8.6	7.9	21.0
2010	100.0	51.7	5.5	8.1	7.4	6.8	20.5
2011	100.0	53.8	5.1	8.0	6.7	5.9	20.5

2012	100.0	49.4	5.1	10.1	6.6	6.2	22.6
2013	100.0	45.4	5.4	11.6	6.1	6.7	24.8
2014	100.0	41.0	5.3	12.6	6.3	7.5	27.3
2015	100.0	32.9	6.2	12.0	8.0	8.9	32.0
2016	100.0	37.1	5.6	10.5	8.5	8.1	30.2
2017	100.0	40.1	5.6	9.6	8.3	7.1	29.3
2018	100.0	44.5	5.2	7.7	7.8	7.7	27.1
2019	100.0	41.4	5.7	7.4	7.7	9.0	28.8
2020	100.0	34.1	6.7	7.9	9.2	9.4	32.7
2021*	100.0	42.5	5.9	5.9	8.7	8.4	28.6

Cədvəl 16.5.5. İqtisadiyyatın sahələri üzrə ümumi daxili məhsul, faktiki qiymətlərlə [6].

Azərbaycanda elm - Azərbaycanda 140 elmi orqan, eyni zamanda 96 elmi institut fəaliyyət göstərir. Əsas elmi qurum Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasıdır. Bu gün Azərbaycanda elm və təhsilin birgə inkişaf konsepsiyasının reallaşdırılması, kadr hazırlığının genişləndirilməsi, ali məktəblərdə elmin inkişafına şərait yaradılması diqqət mərkəzindədir.

Azərbaycan Respublikasında ümumi orta məktəb təhsili üç pillədən - ibtidai, ümumi orta və tam orta təhsildən ibarətdir və ümumi orta məktəb təhsili altı yaşdan başlanır. Ümumi orta məktəb təhsili müvafiq təhsil proqramları (kurikulumlar) əsasında həyata keçirilir. Ölkədə ümumi orta məktəb təhsili əsasən ümumtəhsil məktəblərində, xüsusi təmayüllü təhsil müəssisələrində, gimnaziya, lisey, ilk və orta peşə-ixtisas məktəblərində, habelə kollec və ali təhsil müəssisələrinin nəzdində yaradılan məktəblərdə həyata keçirilir.

Cədvəl 16.5.6. Azərbaycanca elmin əsas göstəriciləri [6]

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
İlin sonuna												
Tədqiqat və işləmələri yerinə yetirən təşkilatların sayı	145	143	140	140	145	141	135	137	133	132	127	134
Tədqiqat və işləmələrlə məşğul olan heyətin sayı, nəfər	17 924	18 687	21 573	22 358	23 329	23 093	22 527	20 580	20 179	20 790	20 522	19 754
o cümlədən qadınlar, nəfər	9 835	10 014	11 036	11 904	12 478	12 310	12 607	11 912	11 737	12 069	11 828	11 698

Cədvəl 16.5.6.- ardı

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
onlardan:												
elmlər doktorları	843	933	1 329	1 392	1554	1534	1476	1414	1415	1466	1433	1351
o cümlədən qadınlar, nəfər	133	143	214	229	280	251	288	292	297	319	315	314
fəlsəfə doktorları	3 554	3 727	5 433	5 444	6568	6532	6296	6243	6137	6302	6218	5819
o cümlədən qadınlar, nəfər	1 406	1 489	2 128	2 255	3064	3063	2935	2970	2964	3145	3240	3121
Bundan başqa, elmi-tədqiqat bölmələrinin ştatında olmayan, lakin tədqiqat və işləmələri yerinə yetirən ali təhsil müəssisələrində çalışan elmi pedaqoji işçilərin sayı, nəfər	10 379	10 229	10 217	10 077	10026	9910	9676	5741	7069	8415	9932	9007
o cümlədən qadınlar, nəfər	4 117	5 152	5 537	5 426	5320	5403	4829	2624	3300	4239	5081	4632

Cədvəl 16.5.6.- ardı

İl ərzində												
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Dövlət büdcəsindən əlmə çəkilən xərclər:												
milyon manat	92.8	106.1	116.7	117.0	124.2	113.2	110.2	109.8	117.8	122.3	143.6	151.8
ünnümi daxili məhsula nisbətən, faizlə	0.22	0.20	0.21	0.20	0.21	0.21	0.18	0.16	0.15	0.15	0.20	0.16
dövlət büdcəsinin xərclərinə nisbətən, faizlə	0.8	0.7	0.7	0.6	0.7	0.6	0.6	0.6	0.52	0.50	0.54	0.55
Tədqiqat və işlə- mələrə çəkilən daxili xərclər:												
milyon manat	92.8	109.8	117.3	122	123.8	120.9	124.7	129.9	147.5	163.9	162.5	194.2
ünnümi daxili məhsula nisbətən, faizlə	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Tədqiqat və işləmələrdə istifadə olunan əsas vəsaitlər, milyon manat	97.6	95.2	88	107.2	122.2	114.2	129.5	157.4	149.1	162.8	159.5	142.2

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikasının Konsitutsiyası. Bakı, 1997
2. "Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 15.12.1992
3. "Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi". Bakı, 06.12.2016
4. "Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyası. Bakı, 29.12.2012
5. Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər. Bakı, 02.02.2021
6. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin illik hesabatları
7. Azərbaycan Respublikası regionlarının 2009-2013-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı. Bakı, 14.04.2009.
8. Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı, 27.02.2014.
9. Azərbaycan Respublikası regionlarının 2019 - 2023-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı, 29.01.2019.
10. Kərimov E.N., B.O.Osmanov B.O. İqtisadi nəzəriyyə, 630 səh. "Vətən" nəşriyyatı. Bakı, 2010.
11. Vəliyev T. S. Babayev Ə.P. İqtisadi nəzəriyyə. Bakı, Çəşni oğlu, 2001.
12. Əbdülsəlimzadə Q. Y. Mikroiqtisadiyyat və Makroiqtisadiyyat. Bakı, 2014.
13. Rzayeva Ş.M., Əliyeva L.Z.İqtisadi fikir tarixi. Dərs vəsaiti. Bakı: "İqtisad Universiteti" Nəşriyyatı. 2018. 388 səh.
14. Məmmədova S. M. İqtisadiyyata giriş. Bakı, 2018.
15. Nəzərov V.M. İqtisadiyyata giriş. Bakı, 2020.
16. Əbdülsəlimzadə Q. Y. Mikroiqtisadiyyat. Bakı, 2012
17. Atakişiyev M.C. Mikro və Makroiqtisadiyyat. Bakı, 2010
18. Кравчук Ю.Б., Основы экономической теории: Учебное пособие для студентов всех специальностей всех форм обучения. Харьков: ХНУВД, 2014. 341 с.
19. Саталкина Н. И., Макроэкономика для бакалавров : учебное пособие / Н. И. Саталкина, Г. И. Терехова, Ю.

- О.Терехова. - Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2014.108 с.
20. Балакиев В.З., Краткий курс экономической теории: Учебник. М.: Менеджер, 2003-328с.
 21. Макроэкономика: учебник для вузов / Л.П.Кураков, М.В. Игнатьев, А.В. Тимирясова и др.; под общ. ред. Л.П. Куракова. – М.: Изд-во ИАЭП, 2017. 336 с.
 22. Мэнкью Н.Г. Макроэкономика. Пер. с англ. - М.: Изд-во МГУ, 1994. 736с. ISBN 5 - 211- 03213 - 6
 23. Экономическая теория. Микроэкономика-1, 2. Мезоэкономика. Под ред. Журавлевой Г.П. 6-е изд., испр. и доп. М.: 2014. 934 с.
 24. Экономическая теория. Макроэкономика-1, 2. Метаэкономика. Экономика трансформаций: Учебник/Под общ. ред. Заслуженного деятеля науки РФ, проф., д. э. н. Г. П. Журавлевой.- 3-е изд. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2014. 920 с.
 25. Экономическая теория: Учебник / Под общ. ред. акад. В.И. Видяпина, А.И. Добрынина, Г.П. Журавлевой, Л.С. Тарасевича. М.: ИНФРА-М, 2003. 714 с - (Серия «Высшее образование»).
 26. Матвеева, Т. Ю. Макроэкономика: учебник для вузов : в 2 ч. Т.Ю.Матвеева ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017
 27. Кунцман, М.В. Микроэкономика: курс лекций / М.В. Кунцман. 2-е изд., перераб. и доп. М.: МАДИ, 2015. 140 с.
 28. Тарасевич, Л.С. Микроэкономика : учебник для бакалавров Л.С.Тарасевич, П.И.Гребенников, А.И. Леусский. 7-е изд., перераб. и доп. М. : Издательство Юрайт, 2012. 543 с. Серия : Бакалавр.
 29. Мейбуллаев М.Х. «История экономических учений». Баку, «НУРЛАР» Издательско-Полиграфический Центр, 2005, 640 стр.
 30. Носова С.С. Экономическая теория. Москва, 2009

31. Думной Н.Н., Николаева И.П Современная экономическая наука. Учебное пособие. Юнити - Дана, Москва, 2012
32. Салихов Б.В., Экономическая теория: Учебник. Москва, 2014
33. Пол А.Самуельсон, Вильям Д. Нордхаус. Экономика. Бином-Кио Рус. Москва, 1997
34. Харвей Дж., Современная экономическая теория: Учебное пособие. Юнити - Дана Москва, 2012
35. *internet - mənbə*:
<https://www.taxes.gov.az/az/page/ar-vergi-mecellesi>
36. *internet-mənbə*:
<https://core.ac.uk/download/pdf/197367739.pdf>
37. *internet-mənbə*:
<https://studfile.net/preview/5266794/page:7/>
38. *internet-mənbə*:
<https://www.studocu.com/ru/document/finansovyy-universitet-pri-pravitel%D1%8Cstverf/ekonomika/pony-atie-i-sushchnost%D1%8C-predpriyatiya/22045442>
39. *internet-mənbə*:
<https://docs.google.com/document/d/1nfVrJhuH8-FsfsdIVqX5jcWiY7amFkOB8WlLHI8rmk/preview?hgd=1>
40. *internet-mənbə*:
<https://ppt.ru/art/buh-uchet/chto-takoe-amortizatsionnye-otchisleniya-i-zachem-oni-nuzhny>
41. *internet-mənbə*:
http://www.aup.ru/books/m217/9_2.htm
42. *internet mənbə*:
https://studme.org/1162081024027/politekonomiya/subekty_obekty_rynka
43. *internet mənbə*:
<https://skysmart.ru/articles/obshestvoznaniye/vidy-rynkov>
44. *internet-mənbə*:
<https://economics.studio/ekonomicheskie-voprosyi-obschiie/marketing-suschnost-funktsii-48510.html>
45. *internet-mənbə*:

- <https://studizba.com/lectures/menedzhment-i-marketing/menedzhment-dlya-ekonomistov/14334-suschnost-vidy-funkcii-menedzhmenta.html>
46. *internet-mānbā*:
<https://sendpulse.com/ru/support/glossary/demand>
 47. *internet-mānbā*:
<https://bankiros.ru/wiki/term/predlozenie-v-ekonomike>
 48. *internet-mānbā*:
<https://be5.biz/ekonomika/e026/7.html>
 49. *internet-mānbā*:
<https://sovcombank.ru/blog/glossarii/cto-takoe-potrebitelskoe-povedenie>
 50. *internet-mānbā*:
<https://zaochnik.com/spravochnik/marketing/osnovi-marketinga-i-reklami/kardinalistskaja-teorija-potrebitel-skogo-povedenij/>
 51. *internet-mānbā*:
<https://kpfu.ru/docs/F528046950/tema.4.pdf>
 52. *internet-mānbā*:
<https://www.econ.msu.ru/ext/lib/Category/x48/x20/18464/file/%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0%204.pdf>
 53. *internet-mānbā*:
<https://cyberleninka.ru/article/n/potrebitelskoe-povedenie-domohozyaystva-v-usloviyah-transformatsii-rossijskogo-obschestva>
 54. *internet-mānbā*:
<https://cyberleninka.ru/article/n/klassicheskaya-i-institutsionalnaya-modeli-povedeniya-domohozyaystv-v-sovremennoy-ekonomike>
 55. *internet-mānbā*:
<https://studfile.net/preview/5753270/page:24/>
 56. *internet-mānbā*:
<https://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/antimonopolnaya-politika.html>

Vüqar Mehrəli oğlu Nəzərov
Sənan İsbəndiyar oğlu Əliyev
Nailə Merac qızı Kələntərli

İQTİSADİYYAT

Bakı – “Müəllim” nəşriyyatı – 2024

Nəşriyyatın direktoru: Ş.M.Şəfizadə
Texniki redaktor: S.Q.Mamoyeva

“Müəllim” nəşriyyatında çap olunmuşdur.
Tel.: (+99470) 213 10 61
(+99410) 213 10 61
E-mail: muallim.mmc@gmail.com

Çapa imzalanmışdır: 23.01.2024. Sifariş: 115
Kağız formatı: 60×84^{1/16}. Şərti ç.v.: 30,5. Sayı: 100