

UOT 336.226.1.

## Əlavə dəyər vergisinin müəssisələrin innovasiya fəaliyyətinə təsiri



**Seyfullayev İlqar Zülfüqar oğlu\***  
iqtisad elmləri üzrə fəlsəfə doktoru, dosent

### Xülasə

*Tədqiqatın məqsədi* - ƏDV-nin müəssisələrin innovasiya fəaliyyətinə təsiri mexanizminin təhlili.

*Tədqiqatın metodologiyası* - sistemli və situasiyalı yanaşma, müqayisəli təhlil və ümumiləşdirmə.

*Tədqiqatın nəticələri* - yeni və köhnə məhsullar arasında rəqabətdə ƏDV-nin hər iki tərəfə təsirinin xüsusiyyətləri müəyyən edilmiş, yeniliklərin dəstəklənməsi üçün ƏDV üzrə tənzimləmə təklifləri verilmişdir.

*Tədqiqatın məhdudiyyətləri* - ƏDV üzrə mövcud vergitutma şəraitində yeniliklərin yaranması praktikası barədə informasiyanın məhdudluğu.

*Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti* - innovativ iqtisadi fəaliyyətin stimullaşdırılması üzrə tənzimləmə tədbirlərinin hazırlanmasında elmi mənbə kimi istifadə oluna bilər.

*Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi* - problemə iqtisadi sistemin rəqabət mexanizmi prizmasından yanaşılmış və ƏDV-nin yeniliklərin yaranması prosesinə təsiri mexanizmi öyrənilmişdir.

**Açar sözlər:** *innovasiya, əlavə dəyər, rəqabət üstünlüyü*

### 1. Giriş

Sadəlik və aydınlıq - vergi sisteminin Adam Smit tərəfindən ifadə olunmuş əsas prinsipləridir. Vergilərin toplanması real iqtisadiyyatın inkişafını ləngitməməli, vergilərin ödənilməsi və yığılmasına çəkilən xərclər isə həm dövlət üçün, həm də iqtisadi fəaliyyət subyektləri üçün minimal səviyyədə olmalıdır.

\* Azərbaycan Respublikası Vergilər Nazirliyinin Tədris Mərkəzi. AZ 5600. Şamaxı rayonu, Nağaraxana kəndi. s-ilgar@mail.ru

Əlavə dəyər vergisinin (*bundan sonra ƏDV*) tətbiqi 1960-1970-ci illərdən başlayaraq Avropa İttifaqına daxil olan ölkələrdə geniş tətbiq edilir və bu ölkələrin vergi sistemlərinin uyğunlaşdırılması üçün böyük imkanlar yaradır. Hal-hazırda ƏDV Avropa İttifaqı ölkələrinin sərhədlərini aşaraq Şərqi Avropa və keçmiş sovet respublikalarında da geniş tətbiq olunmaqdadır.

Kifayət qədər böyük dövr ərzində tətbiq olunmasına baxmayaraq bu gün də ƏDV-nin tətbiqi ilə bağlı elmi müzakirələr davam etməkdədir. Bu müzakirələrdə ƏDV-nin dövrüyyədən vergi ilə əvəz edilməsi, ƏDV-nin hesablanması qaydasının dəyişdirilməsi, vahid vergi dərəcəsinin tətbiqi, innovasiya fəaliyyəti üçün ƏDV-nin ləğvi və digər belə təkliflər eşidilməkdədir. Bu baxımdan ƏDV-nin funksiyalarının, güzəşt və hesablanmasının xüsusiyyətlərinin, iqtisadiyyata təsirinin öyrənilməsi onun vergi sistemində rolunun müəyyən edilməsinə və qiymətləndirilməsinə imkan verə bilər. Eyni zamanda, ölkəmizdə innovasiyalara əsaslanan iqtisadi modelin qurulması və dəstəklənməsi məsələsində ƏDV-nin təsirinin öyrənilməsi də xüsusi aktuallığı ilə seçilir.

Vergilər şərti olaraq birbaşa və dolaylı vergilərə bölünürlər. Birbaşa vergilər təsərrüfat subyektlərinin gəlirlərindən və əmlakından tutulur və iqtisadi fəaliyyətə bilavasitə təsir göstərir. Dolaylı vergilər isə istehlak olunan məhsulların qiymətində nəzərdə tutularaq qiymətin artımına gətirir. Belə qəbul olunmuşdur ki, dolaylı vergilər istehsal prosesinə heç bir təsir göstərməməlidir. Lakin dolaylı vergilər qiymətin yüksəlməsinə gətirməklə həmin məhsula tələbin qiymət elastikliyinə uyğun miqdarda azalmasına və dolayısı ilə istehsal həcmının də məhdudlaşdırılmasına gətirir.

Müasir dövrün tədqiqatçıları innovasiyaları “özü üçün” (*istehsalda tətbiq edilən*) və “bazar üçün” (*satılan*) yeniliklərə ayırırlar. İnnovasiya iqtisadiyyatının köməyi ilə inkişafın liderlərinə çevrilmiş ölkələrin iqtisadi mühiti “bazar üçün” yeniliklərin ÜDM-də xüsusi çəkisinin böyüklüyü ilə (*ÜDM-in 10-15%-i*) xarakterizə olunur [1].

Qeyd olunanları nəzərə alaraq dolaylı vergilər arasında mühüm yer tutan, toplanması prosesi kifayət qədər mürəkkəb olan və istehlaka tətbiq olunan ƏDV-nin istehsal prosesinə, o cümlədən innovasiya proseslərinə təsir mexanizminin təhlili tədqiqatın əsas məqsədi kimi qəbul olunmuşdur.

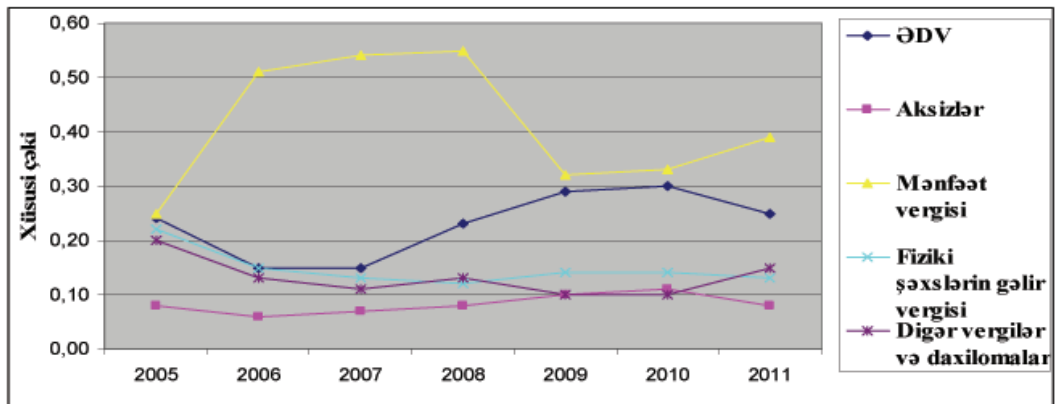
## 2. ƏDV-nin tətbiqinin əsas xüsusiyyətləri

ƏDV-nin köməyi ilə aşağıdakı vəzifələrin həll edilməsi mümkündür:

- istehsalın bütün mərhələlərində əlavə edilmiş dəyərin bir hissəsinin büdcəyə mədaxili ilə büdcə gəlirlərinin artırılması;
  - istehsal prosesinə münasibətdə neytrallığın təmin edilməsi (*əvəzləşdirmə mexanizminin köməyi ilə istehsalçının ödədiyi ƏDV məbləğlərinin qaytarılması*);
  - inzibatçılıq prosesində vergitutmanın sadəliyi və aydınlığı;
- ƏDV-nin tətbiqi fiskal, iqtisadi və psixoloji üstünlüklərilə izah olunur. ƏDV-nin

dövlət büdcəsi üçün yüksək gəlirliliyi və vergi bazasının genişliyi onun fiskal üstünlüklərini şərtləndirir (*demək olar ki, hər bir şəxs gəlirinin səviyyəsindən asılı olmayaraq bu vergini ödəyir*). Başqa dolaylı vergilərdən fərqli olaraq ƏDV üzrə vergi yükü böyük diapazonda mal, iş və xidmətlərə şamil edilir. Dövlət əlavə xərclərə zərurət yarandığı hallarda ƏDV üzrə dərəcələrin sadə artımı ilə çevik və adekvat reaksiya verə bilər.

1 №-li qrafikdə ölkəmizdə ƏDV-nin və digər vergi növlərinin ümumi vergi daxil olmalarında xüsusi çəkirlərinin dinamikası göstərilmişdir. Göründüyü kimi, ƏDV büdcə daxilolmalarında mənfəət vergisindən sonra ikinci ən böyük xüsusi çəkiyə malik olan vergi növüdür.



### Qrafik 1. Vergi növləri üzrə daxil olmalar.

Mənbə: [www.taxes.gov.az](http://www.taxes.gov.az)

ƏDV istehlaka tətbiq edilən dolaylı vergi hesab olunur. Vergi dərəcələri vergitutma obyektinin ölçülərindən asılı olmur və vergitutma obyektinin növləri üzrə müəyyən olunur (*deməli, ƏDV proporsional vergidir*).

ƏDV büdcə gəlirlərinin iqtisadi konyukturdan asılılığına görə daha sabit vergi növü hesab olunur. ƏDV-dən daxil olan gəlirlərin sabitliyi dayanıqlı gəlir mənbələri olmayan, gəlir və mənfəət vergisi üzrə məhdud bazaya malik olan ölkələr üçün daha aktualdır. Bir çox ölkələrdə ƏDV büdcə gəlirlərinin 12-30%-i, Ümumi Milli Məhsulun isə 5-10%-ni təşkil edir [2].

ƏDV-nin xüsusiyyətlərinin düzgün nəzərə alınması onun sahibkarlıq fəaliyyətinə münasibətdə neytrallığını təmin etməyə imkan verir. ƏDV-nin istehsal və satış proseslərinin bütün mərhələlərinə, o cümlədən bütün mal, iş və xidmətlərə (vergidən azad edilən azsaylı mal, iş və xidmətlər istisna olmaqla) tətbiq edilməsi onun səmərəliliyini və gəlirliliyini təmin edir.

ƏDV-nin psixoloji üstünlüyü ondan ibarətdir ki, iri həcmli vergi məbləğləri nəzərəçarpmaz şəkildə alınan məhsulların qiymətlərinə daxil edilir və ödənilir, yəni vergi ödəyiciləri məhsulları alarkən qeyri-iradi olaraq ƏDV-ni ödəyirlər. Beləliklə,

faktiki olaraq vergi ödəyicilərinin maraqlarına aşkar ziddiyyət yaranmır və verginin dəyişdirilməsi cəmiyyətin birbaşa müqaviməti ilə qarşılaşmır.

ƏDV-nin tətbiqinin inkar edilməsi isə onun mənfi təsirləri ilə əsaslandırılır. ƏDV-nin tətbiqi zamanı verginin ədalətlik prinsipi aşkar şəkildə pozulur. Bu nöqsan onun reqressiv xarakteri ilə bağlıdır. Əhalinin müxtəlif təbəqələri gəlirlərinin miqdarında asılı olmayaraq eyni məhsulları ƏDV-nin daxil olduğu eyni qiymətlərlə alır. Buna görə də, bu vergi növünün aztəminatlı təbəqələrin xərclərində xüsusi çəkisi daha imkanlı təbəqələrin müvafiq göstəricisi ilə müqayisədə çox böyük olur.

Qeyd etmək yerinə düşərdi ki, bir çox inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə, o cümlədən Azərbaycanda ƏDV fiskal funksiyanın prioritetliyi ilə seçilir. Bununla yanaşı, onun tənzimləyici funksiyasını gücləndirmək üçün praktikada aşağıdakı güzəştlərdən geniş istifadə olunur:

1. Vergidən tam azad etmə;
2. “Sıfır” dərəcənin tətbiqi;
3. İlk tələbat mallarına azaldılmış vergi dərəcələrinin tətbiqi;
4. Kiçik biznes üçün vergi tutulmayan həddin təyin edilməsi və s.

Azərbaycanda bu güzəştlərdən üçüncüsü istisna olmaqla digər 3 güzəşt növü tətbiq edilir. ƏDV-nin özəl cəhətləri “sıfır” dərəcənin tətbiqi və tam azad olunma zamanı meydana çıxır. “Sıfır” dərəcənin tətbiqi zamanı vergi ödəyiciləri alınmış mallar, işlər və xidmətlər üzrə ƏDV-nin əvəzləşdirilməsi və realizə etdikləri malların (*işlərin və xidmətlərin*) alıcılarına elektron vergi hesab-fakturalarını vermək hüquqları var. Bu isə öz növbəsində belə güzəşt hüququna malik olan müəssisələrin məhsullarına tələbatın artımına imkan yaradır (*əvəzləşdirmə imkanı verməklə və qiymətin standart dərəcəli ƏDV məbləğində azaldılması ilə*).

Vergidən tam azadolma güzəştinin tətbiqində isə vergi ödəyiciləri alınan mallar üzrə ƏDV-ni əvəzləşdirmək və satış zamanı elektron vergi hesab-fakturalarını vermək hüququnu itirirlər. Bu isə ƏDV ödəyicisi olmayan istehsalçıların xərclərinin (*iqtsadi resursları ƏDV daxil olan qiymətlərlə alır və ödənilmiş vergini əvəzləşdirə bilmirlər*) artmasına gətirir. Digər tərəfdən, vergidən azad olunmuş istehsalçıların realizə etdikləri məhsullara elektron hesab fakturaları verə bilməmələri institusional alıcıların həmin müəssisələrin məhsullarına tələbatını məhdudlaşdırır. Qeyd olunan nəticələrdən görünür ki, ƏDV üzrə güzəştlərdən istehsalçı müəssisələr üçün ən əlverişli və səmərəlisi “sıfır” dərəcənin tətbiqidir.

Bundan əlavə, tam azad etmə və ya aşağı vergi dərəcələri kimi güzəştlərin istehsaldan istehlaka qədər davam edən texnoloji prosesin hər hansı mərhələsində tətbiqi (*nümunə üçün, pambığın istehsalından başlayaraq pambıq geyim əşyalarının sonuncu istehlakçıya satışına qədər bütün mərhələlər*) ƏDV-dən büdcə daxilolmalarını azaltmır. İstehsal və bölgü zəncirinin hər hansı bir mərhələsində aşağı vergi dərəcələrinin tətbiqi zamanı bu mərhələdə fəaliyyət göstərən sahibkarın ƏDV ödəmələri azalır, lakin sonrakı mərhələni icra edən və standart vergi dərəcələri ilə

fəaliyyət göstərən sahibkarın vergi məbləğləri artır. Vergidən azad olunmuş sahibkar elektron vergi hesab fakturalarını vermək hüququnu itirir. Belə sahibkarın alıcıları olan və “istehsal zənciri”nin növbəti həlqəsinin icraçısı olan sahibkar elektron hesab fakturaları ala bilmədiyi üçün müvafiq məbləğlər üzrə ƏDV-ni əvəzləşdirmək hüququnu itirir. Nəticədə onun hesablamalı olduğu vergi məbləğləri artır. Bu hadisə “əvəzləşdirmə effekti” adlanır [2]. Məhz belə “əvəzləşdirmə effekti”nin və geniş vergitutma bazasının mövcudluğu ƏDV-nin büdcə daxilolmalarında əhəmiyyətini artırır.

Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsinin 155.1-ci maddəsinə görə sahibkarlıq fəaliyyəti göstərən və ardıcıl 12 aylıq dövr ərzində vergi tutulan əməliyyatların həcmi 150000 manatdan artıq olan hüquqi və 90000 manatdan artıq olan fiziki şəxslər (*mülkiyyətində və ya istifadəsində olan avtonəqliyyat vasitələri ilə (beynəlxalq yük və sərnişin daşımaları istisna olmaqla) Azərbaycan Respublikasının ərazisində sərnişin və yük daşımalarını (o cümlədən taksi ilə) və yaxud həmin daşımaları müqavilə əsasında digər şəxslər vasitəsi ilə həyata keçirən şəxslər istisna olmaqla*) həmin dövr başa çatdıqdan sonra 10 gün ərzində vergi orqanına ƏDV-nin məqsədləri üçün qeydiyyatda dair ərizə verməyə borcludur.

Bununla yanaşı, Vergi Məcəlləsinin 156-cı maddəsi məcburi ƏDV ödəyicisi olmayan vergi ödəyicilərinə könüllü qeydiyyatdan keçmə hüququnu verir. Bu hüquq ƏDV ödəyicisi olmaq və ya olmamaq barədə qərarın qəbulunda sahibkarlara seçmək imkanını verir (*qeydiyyatdan keçməli olmayan sahibkarlıq fəaliyyəti göstərən şəxs vergi orqanına ƏDV-nin məqsədləri üçün qeydiyyat haqqında könüllü ərizə verə bilər*).

ƏDV-nin dərəcələri üzrə müxtəlif fikirlər mövcuddur. Xarici ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, ƏDV-nin repressivliyinin və onun antisosial xarakterinin azaldılması üçün aşağıdakı üsullardan istifadə etmək olar: “sıfır” dərəcənin tətbiqi; ilkin tələbat mallarına azaldılmış dərəcənin tətbiqi; standart dərəcələr; yüksəldilmiş dərəcələr.

ƏDV-nin hesablanma qaydaları digər vergi növlərindən xeyli fərqlənir. Praktikada ƏDV-nin hesablanmasının əsasən iki növü tətbiq olunur. Birinci metod əlavə edilmiş dəyərin “toplama” və ya “çıxma” metodları ilə hesablanması üzərində qurulur və müəyyən edilmiş əlavə dəyər vergitutma bazası kimi qəbul edilir. Azərbaycanda tətbiq olunan və elmi ədəbiyyatda “vergi krediti” kimi adlanan ikinci metodda isə əlavə dəyər müəyyən edilmir. Hər iki metodla hesablanan verginin miqdarı eyni alınsa da bu metodlarda nəzərdə tutulan verginin mahiyyəti dəyişir.

Vergi Məcəlləsinin 153-cü maddəsində qeyd edilir ki, ƏDV vergi tutulan dövriyyədən hesablanan verginin məbləği ilə bu Məcəllənin müddəalarına uyğun olaraq verilən elektron vergi hesab-fakturalara və ya idxalda ƏDV-nin ödənildiyini göstərən sənədlərə müvafiq surətdə əvəzləşdirilməli olan verginin məbləği arasındakı fərq kimi hesablanır. Vergi tutulan dövriyyə hesabat dövründə vergi tutulan əməliyyatların dəyərinin cəmi kimi qəbul edilir. Vergi tutulan əməliyyatın dəyəri vergi

ödəyicisinin müştəridən və ya hər hansı digər şəxsdən aldığı, yaxud almağa hüququ olduğu haqqın ƏDV nəzərə alınmadan məbləği (hər hansı rüsumlar, vergilər və ya başqa yığımlar da daxil olmaqla) əsasında müəyyən edilir.

“Vergi krediti” metodunda verginin məbləğinin hesablanması daha sadə və az əmək tutumludur. Birinci metodun tətbiqi zamanı vergi dövrü tam ili əhatə etməli olduğu halda, ikinci metodda bu dövr daha qısa müddəti - ay və ya rübü - əhatə edə bilər. “Vergi krediti” metodu ilə müəyyən edilən ƏDV-nin əsas ağırlığı son istehlakçının üzərinə düşür. Aralıq istehlakçılar ödədikləri ƏDV-ni məhsulu satarkən aldıkları ƏDV-dən çıxmaq (*əvəzləşdirmək*) hüququna malik olduqları halda son istehlakçı bu imkana malik deyil. Bu metodun istifadəsi zamanı yaranan paradoks ondan ibarətdir ki, vergidən azad olduğunu düşünən istehsalçılar əslində vergitutmaya tamamilə cəlb olunur, azad olunmayanlar isə mahiyyətə ƏDV üzrə vergi agentləri rolunda iştirak edirlər.

ƏDV-nin xüsusiyyətləri hər bir ölkənin iqtisadi şəraitindən asılı olaraq müxtəlif formalarda təzahür olunur. Əzizcə böyük olmayan dövlətlərdə (*Danimarka, Norveç, Finlandiya və s.*) uzunmüddətli texnoloji proseslərin olmadığı hallarda ƏDV satışdan vergi rolunu oynayır. Qlobal miqyasda fəaliyyət göstərən transmilli şirkətlər ƏDV-dən yayınmaq üçün transfert qiymətlərindən geniş istifadə edirlər. Bir çox inkişaf etmiş ölkələrdə (*ABŞ, Yaponiya, Kanada, Avstraliya və s.*) ƏDV-nin tətbiqindən ümumiyyətlə imtina edilmişdir [3, 4].

### 3. Əlavə dəyər göstəricisinin məzmunu

Əlavə dəyər vergisinin mahiyyətə əlavə edilmiş dəyərdən tutulan vergi olmasını nəzərə alaraq bu anlayışın məzmununa nəzər yetirək.

Əlavə dəyər hesabat dövründə müəssisədə yaradılmış ümumi məhsulun dəyərinin bir hissəsidir. Hesabat dövrü ərzində müəssisədə yaradılmış ümumi məhsulun dəyəri riyazi olaraq aşağıdakı kimi müəyyən edilə bilər:

$$D_{um} = M + KM + E + P + A + I$$

Burada,

*M* - əsas material xərcləri

*KM* - köməkçi material xərcləri,

*E* - enerji xərcləri,

*P* - əmək haqqı (*məcburi ödənişlər daxil olmaqla*),

*A* - amortizasiya ayırmaları,

*I* - mənfəət.

Əlbəttə, bu düstura müəssisənin faiz və rentə gəlirlərini də daxil etmək olar. Lakin, tədqiqat mövzusunun xalis istehsalda yeniliklərin yaradılması məsələsi ilə bağlı olması bu göstəricilərin nəzərə alınmamasına imkan verir [5].

Əsas materiallara bir istehsal dövründə tamamilə istifadə olunan xammal, yarım-fabrikatlar, alınmış məmulatlar aid edilir. Hasilat sənayesində belə xərclər olmur, emal müəssisələri isə belə məhsulların alıcıları rolunda çıxış edirlər. Əsas materiallar istehsal olunmuş məhsulun tərkibinə daxil olur və onların dəyəri həmin malların dəyərində tam şəkildə köçürülür. Köməkçi materiallar istehsal olunmuş məhsulların tərkibinə daxil olmasalar da, bir istehsal dövründə tam istehlak edirlər. Köməkçi materiallara ehtiyat hissələri, yağlayıcı materiallar, sıxılmış hava və texniki su, az qiymətli və tez aşınan tərtibatlar, alətlər və cihazlar, kağız və elektron informasiya daşıyıcıları, digər belə predmetlər aid edilir.

Bəzi iqtisadi tədqiqatlarda transaksiya xərclərini də (*reklam, konfranslar, sərgilər, təsərrüfat müqavilələrinin bağlanması üçün danışıqların və axtarışların aparılması və s.*) köməkçi material xərclərinin tərkibinə, bəzilərində isə sair xərclər qrupuna daxil edirlər. Hansı qrupa aid edilmələrindən asılı olmayaraq bu xərclər müəssisələrin göstərilmiş xidmətlərə, görülmüş işlərə və alınmış köməkçi materiallara görə tərəfdaşlarına ödədikləri məbləğlərlə ifadə olunur və əsasən ƏDV tətbiq olunan əməliyyatların dəyərində daxil edilir.

Enerji xərcləri istehsal prosesində tam istifadə olunur və əmək alətlərinin - əsas vəsaitlərin fəaliyyətinin təmin olunması üçün alınır. Onların dəyəri tamamilə istehsal olunmuş məhsulun dəyərində keçir.

İstehsalçı müəssisələr qeyd olunan iqtisadi resursların alınması zamanı ödənilən ƏDV-ni müvafiq elektron hesab-fakturalar üzrə əvəzləşdirmək hüququna malikdir.

Əmək haqqı xərcləri müəssisəyə əmək müqaviləsi ilə maddəli işçi kimi xidmət göstərən insanlara əmək fəaliyyətinə görə ödənilən vəsaitdən və bu ödənişlərlə bağlı reallaşdırılan məcburi ödənişlərdən (*dövlət sosial müdafiə fonduna ayırmalar, pensiya fonduna ayırmalar*) ibarətdir. Vergi Məcəlləsinin 13.2.11-ci maddəsində göstərilir ki, işgötürənə maddəli işçi kimi xidmət göstərilməsi ƏDV məqsədləri üçün xidmət hesab olunmur, yəni belə xidmət növünə görə ƏDV tutulmur. Lakin, əmək haqqı xərcləri ümumi məhsulun və əlavə dəyərin tərkibinə daxil olaraq ƏDV tutulan əməliyyatın dəyərində iştirak edir.

Amortizasiya ayırmaları yeganə xərc növüdür ki, müəssisə tərəfindən heç kimə ödənilmir və məhsulun maya dəyərində daxil edilərək müəssisənin sərəncamında qalır. Mahiyyətinə görə əsas vəsaitlərin təkrar və genişləndirilmiş istehsalını təmin etməli olan bu vəsaitlər mənfəət vergisindən azad olunur (*gəlirdən çıxılan xərclərə aid edilməklə*). Amma amortizasiya ayırmaları ƏDV tutulan əməliyyatın dəyərində daxil edilir. Eyni zamanda, heç bir tərəfdaşa ödənilmədiyi üçün amortizasiya ayırmalarına ƏDV üzrə elektron vergi hesab fakturalarını almaq mümkün deyil (*əvəzləşdirilməsi imkanı itirilir*). Doğrudur, amortizasiya olunan əsas vəsaitlərin alınması zamanı belə hesab-fakturalar verilir və həmin məbləğlərin əvəzləşdirilməsi Vergi Məcəlləsində təyin edilmiş əvəzləşdirmə mexanizmi üzrə (*hesabat dövrü (ay) və sonrakı 3 ay ərzində*) həyata keçirilə bilər. Lakin müəssisə 10-12 il və daha çox müd-

dəti əhatə edən amortizasiya dövrü ərzində amortizasiya ayırmalarına görə ƏDV-ni hesablamalı olur.

Müəssisənin mənfəəti həm vergi tutulan dövriyyənin (*hesabat dövrü üzrə ümumi məhsulun*), həm də əlavə dəyərin tərkibinə daxil olduğu üçün vergitutmaya iki dəfə cəlb olunur: mənfəətdən vergini müəssisə, həmin məbləğdən ƏDV-ni isə alıcı ödəyir.

Qeyd olunanları nəzərə alaraq müəssisədə yaradılmış əlavə dəyər göstəricisini aşağıdakı kimi müəyyən edə bilərik:

$$D_{al} = D_{um} - M - KM - E \text{ və ya } D_{al} = P + A + I$$

Beləliklə, müəssisədə əlavə edilmiş dəyəri ümumi halda əmək haqqı, amortizasiya ayırmaları və mənfəətin cəmi kimi müəyyən etmək olar.

Qeyd olunan komponentlərin hər biri rəqabət üstünlüyünün mənbələri kimi qəbul oluna bilər. Məhsul vahidinə düşən əlavə dəyərin azaldılması isə həm məhsulun maya dəyərinin, həm də alıcı tərəfindən ödənilən ƏDV-nin azalmasına gətirməklə rəqabətdə əhəmiyyətli üstünlüyün əldə edilməsinə imkan verir.

#### 4. ƏDV-nin innovasiyaların rəqabət qabiliyyətinə təsiri

İqtisadi ədəbiyyatda texnoloji və institusional innovasiyalar anlayışlarından tez-tez istifadə olunur. İnstitusional innovasiyalar dedikdə, iqtisadi fəaliyyətə təsir göstərən formal və qeyri-formal institutlarda, onların fəaliyyət mühitində dəyişikliklər nəzərdə tutulur. Texnoloji innovasiyalar dedikdə isə, istehsal texnologiyalarında, məhsullarda, tələbatın ödənilməsi texnologiyalarında, istehsalın texniki elementlərində, təşkil və idarə etmə metodlarında yeniliklər nəzərdə tutulur [6,7,8].

Avstriya mənşəli amerikalı iqtisadçı Y.A.Şumpeter (1883-1950) yenilikləri 5 əsas kateqoriyaya bölmüşdü [9, s. 159]:

1. Yeniliyin yaradılması: istehlakçılara məlum olmayan yeni nemətin və ya mövcud nemətlərin yeni keyfiyyətinin yaradılması;
2. Yeniliyin tətbiqi: istehsalda əvvəllər məlum olmayan metodun (*üsulun*) və ya mövcud nemətin yeni istifadə üsulunun tətbiqi;
3. Yeni satış bazarının (*ölkənin sənaye sahəsinin təmsil olunmadığı bazar – bazarın əvvəllər mövcudluğundan asılı olmayaraq*) mənimsənilməsi;
4. Yeni xammal mənbəyinin və ya yarımfabrikatların (*əvvəllər mövcud olub-olmamasından, istifadəsinin mümkünsüzlüyündən və ya yeni yaradılmasından asılı olmayaraq ilk dəfə istifadə olunan*) istifadəsi;
5. Yenidən təşkilin həyata keçirilməsi: nümunə üçün, trestin yaradılması ilə inhisar mövqeyinin əldə edilməsi və ya başqa inhisarın mövqeyinin sarsıtılması.

Y.Şumpeterin təsnifatından göründüyü kimi, texnoloji yeniliklər istehsal xərclərinin azaldılması, istehsalçılar üçün yeni iqtisadi imkanların açılması və istehlakçılar üçün daha yüksək dəyərin yaradılması ilə əlaqədardır.



Yeniliklərin rəqabət qabiliyyətlilik ehtiyatı (R) onun istehsalına çəkilən məsrəflərin azaldılması və ya istehlak dəyərinin artırılması ilə təmin olunur.

$$R = I_d - I_q$$

Burada,

R - məhsulun rəqabət qabiliyyətlilik ehtiyatı

$I_d$  - məhsulun istehlak dəyəri (*alicının məhsuldan aldığı fayda ilə müəyyən olunur*)

$I_q$  - məhsulun istehlak qiyməti (məhsulun satış qiyməti və istismar xərcləri).

Əvvəlki bölmədə göstərilən istehsal xərclərinin bir qisminin məhsul vahidinə düşən hissələri istehsal həcmindən asılı olaraq dəyişir. İstehsalda əlavə edilmiş dəyər göstəricisini əslində əlavə dəyərin yaranması üçün çəkilən xərclər göstəricisi kimi qəbul etmək olar.

Son istehlakçı uzunmüddətli məhsulu alarkən, həm də məhsulun istismarı xərclərini ödəyərkən ƏDV ödəməli olurlar. ƏDV yeni məhsulun rəqabət qabiliyyətini azaldan amil hesab olunur. Bu fikri aşağıdakı mülahizələrlə izah edək:

- ❖ yeni məhsulun maya dəyəri həyat dövrünün “artım” və “yetkinlik” mərhələsində olan mövcud (*köhnə*) məhsulların eyni adlı göstəricisi ilə müqayisədə yüksək olur;
- ❖ ƏDV təbiətinə görə tələbatın ödənilməsi xərclərinə - yəni məhsulun istehlak qiymətinə daxil edilir.

Məhsulun ödədiyi vergi məbləğlərinin azaldılması üzrə daxili amillərə məhsuldarlığın artırılması, “miqyas” və “təcrübə” effektlərini aid etmək olar. “Miqyas” effektinin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, müəssisənin ölçülərinin artımı nəticəsində məhsul vahidinə məsrəflər azalır. Qeyd etmək lazımdır ki, xərclərin azalması müəssisənin ölçüsünün müəyyən səviyyəyə qədər artması zamanı baş verir və bu səviyyədən sonra həmin proses əks istiqamətdə davam edir.

Müəssisənin ölçülərinin artması ilə xərclərin azalması bir neçə səbəblə izah olunur [7, 8]:

1. **Texnoloji səbəblər.** Təcrübə göstərir ki, iqtisadiyyatda mütərəqqi dəyişikliklərin baş verməsi və iri müəssisələrin yaranması rəqabət qabiliyyətli məhsulun ucuz və kütləvi istehsalına imkan verən yeni texnologiyanın və ya yeni məhsulun ixtirası nəticəsində baş verir. Ən məhsuldar avadanlıqlar iri müəssisələrdə istifadə olunurlar. İstilik elektrik stansiyalarının, kimyəvi reaktorların və başqa bu kimi avadanlıqların səmərəliliyi onların (fiziki təbiətinə görə) ölçüləri ilə mütənasib olur. Burada dəyər amilləri də mühüm rol oynayırlar. Adətən məhsuldar avadanlıqların qiyməti yüksək olur. Buna görə də belə avadanlığı almağa ancaq iri müəssisələrin gücü çatır. Digər tərəfdən, bahalı avadanlığın istismarı adətən iri həcmli istehsalda səmərəli olur.
2. **İxtisaslaşmanın faydaları.** İri həcmli istehsal ixtisaslaşma səviyyəsinin art-

masına imkan verir. Bu zaman avadanlığın və işçi qüvvəsinin ixtisaslaşma səviyyəsi xüsusilə yüksəlir. Əgər istehsal həcmi kiçikdirsə, əməliyyatların çoxu ya əl əməyi ya da universal avadanlıqlarla həyata keçirilir.

3. ***Bir neçə məhsulun birgə istehsalının formaları.*** Bəzi hallarda müəssisələrdə tullantılar, əlavə məhsullar və boş dayanan avadanlıqlar o qədər çox olur ki, onlardan istifadə etməklə əlavə xərclər çəkmədən yeni məhsullar istehsal etmək olur.

“Miqyas” effektinin mövcudluğu heç də o demək deyil ki, müəssisə sonsuz həcmdə böyüyə bilər. Bir çox iri müəssisələrdə texnoloji üstünlüklər zaman keçdikcə “zəif yerlər” çevrilirlər. İstehsal proseslərində əsas texnoloji xəttin məhsuldarlıq artımı ilə ayaqlaşma bilməyən köməkçi, nəzarət, yükləmə-boşaltma və digər belə əməliyyatlar işin ahəngdarlığını pozur. Həddən artıq ixtisaslaşma və bir neçə məhsulun birgə istehsalı da əks istiqamətdə təsir göstərə bilər. Həddən artıq ixtisaslaşmış istehsal bazarda baş verən dəyişikliklərə cəld reaksiya göstərə bilmir. Əlavə məhsulların istehsalı isə texnoloji xəttin dəyişdirilməsi üçün vaxt itkilərinə və məhsuldarlığın azalmasına gətirir. Beləliklə, müəssisənin ölçüləri müəyyən həddi keçdikdən sonra “miqyas effekti” əks istiqamətdə təsir göstərməyə başlayır və məhsul vahidinə istehsal xərcləri artmağa başlayır. Qeyd olunan hadisə iqtisadi sistemin daxilində yeniliyə şərait yaradan mexanizmin obyektiv mövcudluğu barədə fikir söyləməyə əsas verir.

İstehsal xərclərinin sabit və ya daimi xərclər kimi adlanan hissəsi iri müəssisələrin fundamental güc mənbəyi kimi qəbul olunur.

Məlumdur ki, sabit xərclərə istehsal həcmindən asılı olmayaraq dəyişməyən xərclər aid edilir. Bu xərclər hazır məhsulun qiymətinə daxil edilməklə ödənilir. Sabit xərclərə icarə haqqı, amortizasiya ayırmaları, idarə heyətinin əmək haqqı fondu, ETSKI xərcləri, idarə aparatının saxlanması xərcləri və digər xərclər aid edilir. Qeyd etmək lazımdır ki, zaman keçdikcə sabit xərclərin həcmi də dəyişir. Ona görə də bu xərcləri adətən şərti-sabit xərclər adlandırırlar.

Sabit xərclərin elə bir hissəsi də mövcuddur ki, onlar daim dəyişməz qalır. Nümunə üçün, müəllifin kitab yazmağa sərf elədiyi əmək həmin kitabın tirajından asılı olmayaraq dəyişmir. Belə xərcləri qeyri-şərti sabit xərclər adlandırırlar. Məhz bu xərclər iri müəssisənin əsas güc mənbəyidir: istehsal həcmi artdıqca bir məhsula düşən qeyri-şərti sabit xərclər azalır və məhsulun rəqabət qabiliyyətliyi yüksəlir.

Amerikalı iqtisadçı Alfred Çendler (1918-2007) “Miqyas və artım” («*Scale and Scope*») adlı əsərində iri şirkətlərin yaranmasını “miqyas effekti” və “istehsalın artımı” kimi iqtisadi kateqoriyalarla izah etmişdir. A.Çendler inkişaf etmiş ölkələrin iri şirkətlərinin yaranma və inkişaf tarixini təhlil edərək «əmtə axını konsepsiyası»-nı irəli sürmüş və uzunmüddətli dövrlər üçün sabit xərclərin mövcudluğunu qeyd edərək məhz həmin xərclərin iri müəssisələrin səmərəlilik mənbəyi olduğunu bildirmişdir. Onun tədqiqatlarından məlum olur ki, sabit xərclərin elə növləri vardır

ki, onların iri istehsal həcmələrinə bölüşdürülməsi nisbətən uzunmüddətli dövrləri əhatə edən proses kimi xarakterizə olunur. Bu proses şirkətlərin fəaliyyətinin uzunmüddətli dövrlərində - onun ölçülərinin artması prosesində təzahür olunur. Bu proses nəticəsində istehsal olunmuş məhsul vahidinə məsrəflərin azalması baş vermiş, iri şirkətlərin rəqabət qabiliyyətləri yüksəlmiş və onların fəaliyyəti daxili bazarların sərhədlərini aşaraq beynəlxalq səviyyəyə keçmişdir [10].

Yaradılmış səmərəli menecment sistemi, idarəetmə və istehsal texnologiyaları, satış şəbəkələri, korporativ mədəniyyət və başqa idarəetmə elementləri şirkətin ölçülərinin böyüməsi ilə mütənasib xərcləri tələb etmir. Beləliklə, istehsal həcmi artdıqca A.Çendlerin göstərdiyi istiqamətlərdə - *istehsal, satış şəbəkəsi və menecment* - investisiya məbləğlərinin məhsul vahidinə düşən hissəsi azalmağa başlayır [10].

Göstərilənlər müasir iri müəssisələrin xarakterik portretini əks etdirir. Faktlar göstərir ki, iri müəssisələr daim maksimal mənfəəti əldə etməyə istiqamətlənirlər və bu evoist məqsədə uğurla nail olurlar. Qazanılan müvəffəqiyyət bazara kobud təzyiqlə deyil, kütləvi alıcıların tələbatlarının səmərəli ödənilməsi hesabına əldə olunur.

Əmək tutumu böyük olan sahələrdə istehsal təcrübəsi artdıqca məsrəflərin azalması meyilləri müşahidə olunur. Xərclərin belə azalması işçilərin ixtisaslaşma səviyyəsinin yüksəlməsi, daha yaxşı istehsal proseslərinin tətbiqi, istehsal olunan məhsulun istehsal nöqtəyi-nəzərdən təkmilləşdirilməsi və digər amillərlə bağlıdır.

Ötən əsrin 60-cı illərində Boston Consulting Group şirkəti bir çox məhsul kateqoriyalarının tədqiqi əsasında xərclərin azalmasını izah edən «Təcrübə Qanunu»nu müəyyən etmişlər [7]. *«Daimi pul vahidi ilə ölçülən və əlavə dəyərin yaradılması üçün məhsul vahidinə düşən xərclər istehsal həcmnin hər ikiqat artımında müəyyən faiz qədər azalır»*

Bu qanunun əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, o müəssisələrə həm özlərinin, həm də rəqiblərin xərclərinin təkamülünü proqnozlaşdırmağa imkan verir. Bu qanunun adında işlənən «təcrübə» termini məhsulun istehsal olunduğu dövrün müddəti ilə deyil, istehsal olunan məhsulların miqdarı ilə bağlıdır.

Təcrübə qanunu empirik qanun olaraq ayrı-ayrı iqtisadi hadisələr üzrə aparılan müşahidələr əsasında müəyyən edilmişdir. Aydındır ki, istehsal xərcləri öz-özünə azala bilməz. Təcrübə qanunu yalnız xərclərin azalması imkanının olduğunu göstərir. Bu imkanlardan istifadə isə tamamilə ayrı məsələdir.

Təcrübə qanunu yalnız məhsulun istehsalı və satışı prosesində əlavə edilmiş dəyərin yaradılmasına çəkilən xərcləri əhatə edir. Təcrübə qanununa görə xərclərin azalma mənbələri aşağıdakılardır [7,8]:

- ✓ əl əməyinin səmərəliliyinin artımı (*eyni əməliyyatı təkrarən yerinə yetirən işçi həmin əməliyyatın icrasına sərf olunan vaxtın və resursların azalması yollarını tapır və səmərələşdirici təkliflərlə çıxış edir*);
- ✓ işlərin növləri və yerinə yetirilmə metodları üzrə ixtisaslaşma;
- ✓ yeni istehsal proseslərinin tətbiqi (*texnoloji yeniliklər istehsal xərclərinin azal-*

*ması üçün əsas mənbələrdən hesab olunur);*

- ✓ *avadanlıqdan səmərəli istifadə (təcrübə artdıqca avdanlıqlardan daha yaxşı istifadə edilməsi üzrə yeni ideyalar yaranır və avadanlıqların saxlanması və istismarı xərclərinin azalması üçün imkanlar açılır);*
- ✓ *resurslardan səmərəli istifadə (təcrübə artdıqca resurslardan qənaətli və rəşional istifadə üzrə ideyalar yaranır, daha ucuz iqtisadi ehtiyatlardan istifadə imkanları üzə çıxarılır);*
- ✓ *məhsulun təkmilləşdirilməsi (müəssisə tələbatın parametrlərini daha yaxşı öyrənməklə məhsulun lazımsız xassələrini ləğv etmək və lazımlı xassələrini təkmilləşdirməklə resurslara qənaətə və xərclərin azalmasına nail ola bilər).*

Qeyd olunan qənaət mənbələri müəssisənin idarə edə bildiyi mənbələrdir. Həmin mənbələrdən tam və səmərəli istifadə müəssisədə məhsuldarlığın artmasına gətirir.

Praktikada «miqyas» effekti ilə «təcrübə» effektini fərqləndirmək çox çətin olur. Bu iki effekt arasındakı əsas fərqlər aşağıdakılardır:

- *miqyas effekti müəssisənin ölçülərinin artımı ilə şərtlənir, təcrübə effekti isə zaman keçdikcə üzə çıxır;*
- *«miqyas» effekti istənilən halda özünü biruzə verir. Müəssisənin daimi xərclərinin daha çox miqdarda məhsul arasında bölüşdürülməsi məhsul vahidinə məsrəflərin azalmasına gətirir. «Təcrübə» effekti isə xərclərin azaldılması imkanlarını üzə çıxarır.*
- *təcrübə qanunu iri istehsalın səmərəli olduğu bazarlarda və əlavə dəyərin ümumi məsrəflərdə xüsusi çəkisinin böyük olduğu sahələrdə özünü daha yaxşı doğruldu.*

Mövcud məhsulla rəqabətdə yeniliyin yeganə şansı alıcı üçün daha böyük faydanın təmin edə bilməsi ola bilər. İnnovasiyalar istehsalın səmərəliliyini yüksəltməyə imkan verdiyi kimi, istehlakın səmərəliliyini də yüksəltməyə geniş imkan verir. Bir məhsulun həm istehsal, həm də istehlak səmərəliliyi üzrə rəqabət üstünlüyünə malik olması demək olar ki, mümkün deyil. İstehsal səmərəliliyi üzrə üstünlük adətən standartlaşdırılmış kütləvi məhsullara, istehlak üzrə üstünlük isə istehlakın daha yüksək səmərəliliyini təmin edən yeni məhsullara məxsus olur.

İstehlak səmərəliliyinin aşağı olduğu bazar segmentlərində yeni məhsul istehsal edən müəssisələrin inkişafı üçün obyektiv şərait yaranır. Bu zaman yeni məhsulun «istehlak dəyəri» o dərəcədə yüksək olmalıdır ki, *(standartlaşdırılmış məhsula nisbətən)* alıcı həmin məhsula görə daha yüksək qiyməti ödəməyə razı olsun *(yəni standart məhsuldan imtina ilə bağlı əlavə məsrəflərin əvəzini yeni məhsuldan aldığı səmərə ilə artıqlaması ilə ödəyə bilsin).*

İstehlak dəyərinin artımı ilə bağlı olan innovasiyaların əsas obyektı əlbəttə ki, keyfiyyət səviyyəsi ilə bağlıdır. «Tarazlıq» prinsipinə görə bütün göstəricilər bir məhsulda maksimal səviyyədə təmin oluna bilməzlər *(bəzi istehlak göstəriciləri bir-birinin əksidir).* Buna görə də əmtəənin istehlak xassələrinin alıcı üçün prio-

ritetliyinin seçilməsi bu əmtəələrin geniş müxtəlifliyinə imkanlar verir və nəticədə hər əmtəə markası özünəməxsus fərqli xüsusiyyətlərə malik olur: sürətli idman maşınları, iri tutumlu ailəvi maşınlar, qənaətçil maşınlar və s.

Yenilik, mövcud bazarın ayrı-ayrı seqmentlərə bölünməsi nəticəsində baş verir. Yenilikçi müəssisənin nisbətən kiçik bazar seqmentində bazar payı böyük ola bilər. Belə halda yeni məhsula müəyyən intervalda yüksək qiymət qoymaq imkanı yaranır.

Yeni məhsul xüsusi tələbatlara istiqamətləndiyi üçün standart məhsulun təmin etməyi alıcıları özünə cəlb edir. Məhsulun diferensiasiyası yüksək alıcılıq qabiliyyəti olan alıcılar qrupuna çıxmağa imkan verir. Yeni məhsullara görə daha çox pul ödəməyə hazır olan alıcılara ya yüksək gəlirli istehlakçılar, ya da müəyyən səbəblərdən standart məhsulu qəbul etməyən alıcılar aid edilir.

## 5. ƏDV üzrə mövcud praktikanın innovasiya mexanizminə təsiri

Hesab olunur ki, ƏDV iqtisadi artıma, kapitalın təmərküzləşməsinə və yığının stimullaşdırılmasına digər vergi növlərindən daha çox təsir göstərir. ƏDV-nin iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinə təsiri fərqlidir. Müəssisənin məcmu xərclərində material xərclərinin və digər təşkilatların gördüyü işlərə və göstərdikləri xidmətlərə görə ödədiyi məbləğlərin xüsusi çəkisi artdıqca onların təmin etdikləri vergi ödənişləri azalır (*əvəzləşdirmə mexanizminin köməyi ilə*). Əmək tutumu və ümumi gəlirlərində xalis məhsulun xüsusi çəkisi böyük olan sahələr isə daha çox ƏDV hesablamalı olurlar. Digər tərəfdən, ƏDV-yə görə ödənilən vergilərin əvəzləşdirilməsi prosesinin müddəti müxtəlif sahələrdə xeyli fərqlənir. Texnoloji dövrlərin müxtəlifliyi nəticəsində yaranan belə fərqlər sahibkarlar üçün qeyri-bərabər iqtisadi şəraitin yaranmasına gətirir. Dövriyyə vəsaitlərinin dövretmə sürətinin böyük olduğu topdansatış ticarət müəssisələrində əvəzləşdirmə müddətinin saatlar və ya günlərlə ölçülə bildiyi halda uzunmüddətli texnoloji proseslərə malik olan istehsal sahələrində belə əvəzləşdirmə xeyli vaxt aparır. Topdansatış ticarətçilər hər hesabat dövründə (*bir ay*) ödədikləri ƏDV-ni tam əvəzləşdirmək imkanına malik olur və ƏDV kimi ödənilmiş dövriyyə vəsaitlərini geri qaytara bilirlər. Sənaye sahələrində uzun müddətli istehsal tsikllərinin mövcudluğu isə ödənilmiş ƏDV məbləğlərinin qaytarılması müddətini artırmaqla əlavə dövriyyə vəsaitlərinə tələbat yaradır. Bu proses bazara daxil olma mərhələsində olan yeni məhsulların istehsalçıları üçün daha böyük çətinliklər yaradır. Belə ki, həmin mərhələdə yeni məhsulların qiyməti yüksək, tələbat isə az olur.

Əksər ölkələrdə sığorta və bank sektoru ƏDV-dən azad olunur. Vergi Məcəlləsinin 13.2.9-cu maddəsində göstərilir ki, qeyri-maddi aktivlər, pul vəsaiti və torpaq ƏDV məqsədləri üçün mal hesab olunmur. Qeyri-maddi aktivlər anlayışı Vergi Məcəlləsinin 13.2.9-cu maddəsində belə müəyyən edilir: “intellektual, o cümlədən ticarət nişanları, digər sənaye mülkiyyəti obyektləri, habelə müvafiq qanunvericiliklə

müəyyən edilmiş qaydada vergi ödəyicisinin mülkiyyət hüququnun obyektini kimi tanıyan digər analoji hüquqlar”.

Azərbaycan Respublikasının “Patent haqqında” Qanununda edilmiş dəyişikliklərdə “sənaye mülkiyyəti obyektləri” anlayışı müvafiq olaraq "ixtira, faydalı model və sənaye nümunələri" sözləri ilə əvəz edilmişdir. Müvafiq dəyişikliklər Azərbaycan Respublikasının “Dövlət rüsumu haqqında” Qanununda da öz əksini tapmışdır. Deməli, innovasiya fəaliyyəti üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən ixtiraların, faydalı model və sənaye nümunələrinin satışı üzrə dövrüyyələr ƏDV məqsədləri üçün mal hesab olunmur.

Vergi Məcəlləsinin 165.1.3 və 168.1.5-maddələrinə görə ixtiralara, faydalı model və sənaye nümunələrinə verilən patentlərin mülkiyyətə verilməsi və ya güzəşt edilməsi “sıfır” dərəcə ilə vergiyə cəlb olunur. Bu müddəə patentlərə tələbatın stimullaşdırılmasına dəstək verməklə innovativ müəssisələr üçün əlverişli şərait yaradır. İnnovasiyalı iqtisadi sistemə keçid üçün belə qeyri-maddi aktivlərin təqdim edilməsi üzrə əməliyyatların da “sıfır” dərəcə ilə ƏDV-yə cəlb edilməsi daha məqsədəuyğun olardı.

Əvəzləşdirilən vergi məbləği hesablanmış vergi məbləğindən artıq olduqda, büdcə ilə münasibətlər Vergi Məcəlləsinin 179-cu maddəsi ilə tənzimlənir. Bu maddədə qeyd olunur ki, dövrüyyəsinin azı 50 faizi “sıfır” dərəcə ilə vergiyə cəlb olunan vergi ödəyicisinə, hesabat dövründə əvəzləşdirilən vergi məbləğinin hesablanmış vergidən artıq olan hissəsi onun vergi və ya gömrük orqanlarına ərizəsini verdiyi vaxtdan 45 gün ərzində qaytarılır.

Digər vergi ödəyiciləri üçün - əvəzləşdirilən vergi məbləğinin hesabat dövrü ərzində hesablanmış vergi məbləğindən artıq olan hissəsi növbəti 3 aya keçirilir və bu ayların ödəmələrinə aid edilir, artıq ödəmənin hər hansı qalığı isə bu 3 ay bitdikdən sonra vergi ödəyicisinin ərizəsinə əsasən 45 gün ərzində büdcədən qaytarılır. Deməli vergi tutulan dövrüyyəsinin 50%-dən çoxu standart dərəcələrlə vergiyə cəlb olunan və ahəngdar fəaliyyət göstərən müəssisələr ödədikləri ƏDV-ni təxminən 135 gündən sonra geri qaytara bilirlər.

Göründüyü kimi, ƏDV üzrə ödənişlər daxili bazarda fəaliyyət göstərən istehsal müəssisələrini əlavə dövrüyyə vəsaitlərini cəlb etməyə vadar edir. Bu isə yerli məhsulların maya dəyərinin artmasına və rəqabət qabiliyyətinin azalmasına, inflyasiya proseslərinin sürətlənməsinə şərait yaradır. Büdcə gəlirlərinin təmin edilməsi üçün müəssisələrin dövrüyyə vəsaitlərinin bir hissəsinin məcburi formada istehsaldan kənarlaşdırılması faktı ƏDV-nin istehsalçıya münasibətdə neytral olmadığını göstərir. İstehsalçının pul vəsaitlərinin daim istehsaldan kənarlaşdırılması dolaylı verginin təbiətinə ziddir.

İxracə “sıfır” dərəcənin tətbiqi milli iqtisadiyyatın inkişafı üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir. Lakin qeyd olunmalıdır ki, bu güzəşt xammal ixracatçıları üçün daha əlverişli iqtisadi mühiti yaradır. Belə ki, xammal hasilatı və ixracı ilə məşğul olan

sahibkarlar əldə etdikləri xammala görə ƏDV ödəmir (*təbiətdən alındığı üçün*), ƏDV tətbiq olunan əməliyyatları isə əsasən əsas vəsaitlərin və enerji daşıyıcılarının alınması, müxtəlif xarakterli iş və xidmətlərin ödənilməsi ilə bağlı olur. Həsarat sahələrinin ixracı məbləğcə istehsal resurslarının alınmasına çəkilən xərclərdən kifayət qədər böyük olduğu üçün büdcədən geri qaytarılmalı olan ƏDV məbləğlərinin həcmi artır.

Digər tərəfdən, həsarat sahələrində ödənilən ƏDV-nin məbləği onların dövriyyə vəsaitləri ilə müqayisədə bir qayda olaraq xeyli az olur. Qeyd olunanlardan belə nəticəyə gəlmək olar ki, ƏDV-nin tətbiqi həsarat və texnoloji proseslərinin müddəti çox qısa olan sahələrin (*ticarət, xidmət və s.*) inkişafı üçün daha əlverişli iqtisadi zəmin yaradır. Bu isə öz növbəsində investisiyaların həmin sahələrə daha çox meyllənməsinə və uzunmüddətli istehsal dövrlərinə malik olan sahələrin məhdudlaşdırılmasına şərait yaradır.

## 6. Nəticə

Açıq, qeyri-xətti və mürəkkəb sistem olan bazar iqtisadiyyatı daim tarazlığa doğru meyllənir. Lakin onun təbiəti, daxili və kənar amillərin müxtəlif istiqamətə və gücə malik olan impulsları iqtisadi sistemin tarazlıq vəziyyətinin aniliyini - qısa müddətliliyini şərtləndirir.

İqtisadi sistemin rəqabət (*təbii seçmə*) mexanizmi, köhnə ilə yeninin daimi mübarizəsi kimi təzahür olunan daxili ziddiyyətləri onun tarazlıq vəziyyətini inkar edir. Bu mexanizmlərin mövcudluğu iqtisadi sistemin daimi mütəhərrikliliyini, dəyişkənliyini şərtləndirir, onların yoxluğu isə iqtisadi sistemin keyfiyyətə dəyişməsinə və qapalı sistemə çevrilməsinə gətirir.

Mövcud məhsulların istehsalının təsərrüfat mexanizmi maya dəyərini minimuma gətirməklə alıcıların ödədikləri ƏDV məbləğlərini də azaldır. Həyat dövrünün “bazara daxil olma” mərhələsində olan yeni məhsulların istehsalında isə nə “miqyas effekti”ndən, həm də “təcrübə effekti”ndən istifadə imkanları mövcud deyil. Qeyd olunan səbəblər yeni məhsulların maya dəyərini, qiymətinin və alıcının ödəməli olduğu ƏDV məbləğinin mövcud məhsulların müvafiq göstəricilərindən yüksəkliyini şərtləndirir və yeni məhsulun köhnə üzərində üstünlüyünü məhdudlaşdırır. Beləliklə, ƏDV bazarda köhnə ilə yeninin mübarizəsində yeniliyə əlavə maneələr yaradır.

Aparılan tədqiqatlardan belə nəticəyə gəlmək olar ki, innovasiya ilə bağlı fəaliyyətin vergitutma baxımından digər iqtisadi fəaliyyət növlərindən fərqləndirilməsi zəruridir və bu fəaliyyətdə ƏDV üzrə “sıfır” dərəcənin tətbiqi yeniliyin dəstəklənməsi üçün daha səmərəli güzəşt hesab oluna bilər.

### Ədəbiyyat siyahısı:

1. Ясин Е. “Институциональные ограничения модернизации, или приживется ли демократия в России?”. “Вопросы экономики”, №11, 2012, с. 5] (*Y.Yasin “Modernizasiyanın institutsional məhdudiyyətləri, və ya Rusiyada demokratiya yaşaya biləcəkmı?” “İqtisadiyyat məsələləri” j-lı, №11, səh.5*)
2. Сидорова Н.И. “Специфика и функции НДС”. “Финансы”, №2, 2008, с. 36-41 (*Sidorova N.İ. “ƏDV-nin xüsusiyyətləri və funksiyaları”, “Maliyyə” №2, 2008, s. 36-41*)
3. Məmmədov F.Ə. və başqaları. Vergilər və Vergitutma. Ali məktəblər üçün dərslik. Bakı: 2010, 512 s
4. Kəlbəliyev, Y.A., R.V.Məhərrəmov, P.Q.Rzayev “Xarici ölkələrin vergi sistemi”, Bakı: “İqtisad Universiteti” nəşriyyatı, 2011, 554 s.
5. Орлов А. “НДС и воспроизводственный процесс”. “Вопросы экономики” №7, 2011, с. 129-140 (*Orlov A. “ƏDV və təkrar istehsal prosesi”, “İqtisadiyyat sualları” №7, 2011, s. 129-140*)
6. Мусаев А.Ф. “Особенности налоговой политики при стимулировании инновационной деятельности” “Azərbaycanın vergi jurnalı” №1, 2012, s. 61-70. (*İnnovasiya fəaliyyətinin stimullaşdırılmasının da vergi siyasətinin xüsusiyyətləri*).
7. Ламбен Ж.Ж. “Стратегический маркетинг. Европейская перспектива”, С-Пб, Наука, 1996, 589 стр. (*J.J.Lamben “Strateji marketing. Avropa perspektivi” S-Pb, Nauka, 1996, 589 s*).
8. Seyfullayev İ.Z. “Marketing”, Bakı, “Təhsil-NPM”, 2011, 404 s.
9. Шумпетер Й.А. “Теория экономического развития” М.: Прогресс, 1982, 401 с. (*Şumpeter Y.A. “İqtisadi inkişaf nəzəriyyəsi” M.: Proqress.1982, 401 s.*).
10. Chandler Alfred D. “Scope and Scale. Dynamics of Industrial Capitalism”. (*with the assistance of Takashi Hikino*) First Harvard University Press paperback edition, 1994, 736 p.



**Сейфуллаев Ильгар Зульфигар оглы**  
доцент, доктор философии по экономике  
Учебный центр Министерства по налогам

## **Анализ влияния НДС на инновационную деятельность предприятий**

### **Аннотация**

*Цель исследования* - анализ влияния НДС на инновационные процессы.

*Методология исследования* - системный и ситуационный подход, сравнительный анализ и обобщения.

*Выводы исследования* - определена характеристика влияния НДС на новые и старые товары в конкурентной борьбе между ними.

*Ограничения исследования* - ограниченность информации о практике создания инноваций в существующих условиях налогообложения по НДС.

*Практическая значимость исследования* - возможность использования в качестве научного источника при подготовке регулирующих мер по стимулированию инновационной деятельности.

*Оригинальность и научная новизна исследования* - проблема рассмотрена через призму конкурентного механизма экономической системы и изучен механизм влияния НДС на процессы создания инноваций.

**Ключевые слова:** *инновации, добавленная стоимость, конкурентные преимущества.*

**Seyfullayev Ilgar Zulfigar oğlu**

doctor of philosophy on economy,

Trading Center of the Ministry of Taxes for Azerbaijan Republic

## **The influence of the Value Added Tax to innovation actions of firms**

### **Abstract**

*Purpose* - analysis of the VATs influence to innovation processes.

*Methodology* - system and situation approach, comparison analyses and synthesis.

*Findings* - peculiarities of VATs influence to innovation are defined throw prism of the competition between new and old.

*Research limitations* - the abcents of information about innovation creating practice in the existing terms of VAT.

*Practical implications* - using as scientific source in preparing the regulations measure on the stimulating for innovation actions.

*Originality/value* - the problem is researched from standpoint of competition mechanism of economic system.

**Keywords:** *innovation, additional value, competition superiority*

**JEL Classification Codes:** D92, E62, H21, O28

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur: 19.06.2012.

Təkrar işlənməyə göndərilmişdir: 25.07.2012.

Çapa qəbul olunmuşdur: 20.08.2012.