

Mövzu 19: İstehsal xərcləri və mənfəət

Plan :

1. **İstehsal xərclərinin mahiyyəti**
2. **İstehsal xərclərinin quruluşu, daxili və xarici xərclər**
3. **İstehsal xərclərinin müxtəlif formaları**
4. **Mənfəətin mahiyyəti, vəzifələri və formaları**

İstehsal xərclərinin mahiyyəti

İstehsalın harada, kimlər tərəfindən və hansı həcmdə təşkil edilib qurulmasından, fəaliyyət növündən asılı olmayaraq, bu mürəkkəb, həm də çətin proses hökmən müəyyən *xərclərlə, əməklə, kapitalla, sahibkarlıq qabiliyyəti* ilə bağlıdır. Müəyyən həcm daxilində istehsal xərcləri (C), əmək haqqı və ödənişləri (L), kapital sərfi və qoyuluşlarından (K) ibarət olub, belə işarə olunur:

$$C = K + L$$

Dünyanın «General Motors», «BP Amoco», «Microsoft», «Tayota», «Nestle», «Bayer» kimi iri avtomobil, neft, kimya, elektron, ərzaq məhsulları korporasiyalarından başlamış, müxtəlif istehsal-xidmət təyinatlı orta və xırda şirkətlərinə, müəssisələrinə, ev təsərrüfatlarına qədər hamısı istehsal xərclərinə, onun minimum həddə saxlanmasına ciddi diqqət yetirirlər. Çünki müasir bazar münasibətləri iqtisadi sistemi və kəsgin rəqabət mübarizəsi şəraitində, işgüzar biznes fəaliyyətinin son məqsədi sayılan mənfəətin formalaşmasında, əmtəə-xidmətlərin keyfiyyətinə xələl gətirmədən, istehsal xərclərinin aşağı salınması problemi, həlledici əhəmiyyətə malikdir.

İstehsal xərclərini artırmadan, istehsalı genişləndirib onun dinamik yüksəlişini təmin etmək çətinidir. Cəmiyyətin və insanların tələblərinin artması təbii bir proses olduğundan, həmin ehtiyacların ödənilməsi xərclərin də artırılması irəli sürülür. Bu mənada istehsalın inkişafı ilə onun xərcləri arasında ziddiyyətli bir vəziyyət yaranır.

Təsadüfi deyildir ki, iqtisadçılar və mütəxəssislər haqlı olaraq qeyd edirlər ki, xərclər «*istehsalın kölgəsi*» kimi onu həmişə təqib edirlər. Məhz bu səbəbdən, hər bir konkret istehsalçı öz fəaliyyətini səmərəli aparmaq üçün istehsal xərclərinin ən optimal variantını seçmək zərurəti ilə üzləşir.

Bəs istehsal xərcləri nədir? Bu anlayış, əmtəə-xidmətlərin istehsalına sərf olunmuş *iqtisadi resursların* alınmasına yönəldilmiş xərclərin pulla ifadəsidir. Başqa sözlə, istehsal xərcləri istehsalçı şirkətin istifadə etdiyi istehsal amillərinin bazar qiymətləri ilə dəyəridir.

İqtisadi nəzəriyyədə böyük elmi və əməli əhəmiyyəti olan istehsal xərcləri məsələsinə həmişə diqqət yetirilmişdir. Klassik iqtisadi nəzəriyyə məktəbinin yaradıcıları A.Smit və D.Rikardo, *istehsal xərclərinə istehsal qiyməti* kimi baxmışlar. R.Torrens, C.Mill, C.Mak-Kullox kimi ingilis iqtisadçıları, *əmtəənin dəyərinin* gəlirlərin (əmək haqqı, mənfəət, rent) cəmindən ibarət olması haqqında A.Smitin mövqeyinə əsaslanaraq, istehsal xərclərini *«toplanmış əmək məsrəfləri»* adlandırmışlar. Avstriya iqtisadi məktəbinin nümayəndəsi F.Vizer istehsal xərclərini *əmtəənin faydalılığı* səviyyəsi ilə əlaqələndirmişdir. Marksist məktəbin iqtisadçıları istehsal xərclərini *əmək-dəyər nəzəriyyəsi* baxımından izah edərək, bu anlayışı məhsul istehsalına sərf olunmuş canlı və maddiləşmiş (keçmiş) əməyin cəmi kimi səciyyələndirmişlər A.Marşall istehsal xərcləri nəzəriyyəsinin obyektiv və subyektiv variantlarını eyni bir «kəsən qayçının iki tərəfi» adlandıraraq, bunun *fəhlələrin əməyinə, zəhmətinə, əziyyətinə; kapital sahiblərinin isə imtinasına, risqinə əsaslanan bir iqtisadi anlayış olduğunu göstərmişdir.*

Bu müxtəlif, mövqelər və elmi-nəzəri izahlar sübut edir ki, istehsal xərcləri hər bir təsərrüfat fəaliyyəti üçün aydın, sadə zərurət sayılmaqla yanaşı, eyni zamanda mürəkkəb, hətta ziddiyyətli iqtisadi anlayışdır. (yanaşmalarda fərqli mövqələrin olması, habelə indi də qalması ilə əlaqədardır.)

Müasir iqtisadi nəzəriyyə istehsal xərclərinin şərhinə belə bir nöqteyi-nəzərdən yanaşır ki, əgər əvvəllər bu xərclərin əsas hissəsini bilavasitə istehsal proseslərində çalışanların əməyi təşkil edirdisə, indi bu xərclərin əksəriyyəti qeyri-istehsal dairəsi işçilərinin əməyinə-alimlərə, mütəxəssislərə, menecerlərə, marketinq fəaliyyəti, idarəetmə, reklam işilə məşğul olanlara sərf olunur.

Digər tərəfdən isə sahibkara və kapital sahibinə olan münasibətdə ciddi dəyişikliklər baş vermişdir. Prinsip etibarilə sosial ədalət çağırışları deyil, səmərəlilik və mənfəət üzərində qurulan bazar münasibətləri iqtisadi sistemində istehsalın təşkilatçısı, «orkestrin dirijoru» sayılan hər bir sahibkar, öz kapitalı, qabiliyyəti, bacarığı ilə istehsal

xərclərinin fəal iştirakçısı kimi, təbiidir ki, istehsalın nəticələrindən də faydalanmalı və normal mənfəət götürməlidir.

2. İstehsal xərcləri öz quruluşuna görə 2 yerə – **daxili (gizli, örtülü) və xarici (aşkar, görünən) xərclərə** ayrılır. İstehsalın daxili xərcləri dedikdə sahibkarın, fermerin, şirkətin, korporasiyanın mülkiyyətində olan iqtisadi resursların müəyyən pul ifadəsində dəyəri nəzərdə tutulur. Buraya sahibkarın, şirkətin, fermerin torpaq sahəsi, tikinti və istehsal binaları, avadanlıq və dəzgahlar, müxtəlif qurğular, texnika və mexanizmlər daxildir. Eyni zamanda sahibkarın öz əmək və bacarığının yaxud konkret iş qüvvəsinin şirkət daxilindəki tətbiqi də daxili xərclərə aid edilir. Çünki hər bir sahibkar öz mülkiyyətində olan torpaq sahəsini, bina və tikintini, avadanlıq və dəzgahları başqasına icarəyə verərək, müəyyən məbləğdə gəlir əldə edə bilər. Bu mənada daxili xərclər, konkret istehsal prosesi gedişində, sahibkar yaxud şirkət tərəfindən pul sərf edilməsini tələb etməyən xərclər hesab olunur.

İstehsalın xarici xərcləri sahibkarın və şirkətin öz normal fəaliyyətini təmin etmək üçün əldə etdiyi iqtisadi resursların dəyərini pulla ödəməsidir. Bu xərclərə sahibkarın və şirkətin kənardan cəlb etdiyi iş qüvvəsinə, aldığı xammal, material və ehtiyat hissələrə, enerjiyə, nəqliyyata, təchizata, reklama, xeyriyyə tədbirlərinə, digər məqsədlərə sərf olunmuş pul məbləği daxildir.

3. İstehsal xərcləri: ümumi, orta, sabit və dəyişən xərclərə ayrılır. Buna bəzən istehsal xərclərinin təsnifatı deyilir və istehsal xərclərinin müxtəlif formaları kimi səciyyələndirilir.

Ümumi xərclər (Total costs – TC) – sahibkarın, şirkətin, müəssisənin, korporasiyanın məhsul istehsalı üçün zəruri olan bütün xərclərinin cəmidir.

Orta xərclər (Average costs – AC) – istehsal olunmuş hər məhsul vahidinə sərf edilmiş xərclərdir.

Sabit xərclər (Fixed costs – FC) – istehsal olunmuş məhsulun həcmindən, kəmiyyətindən asılı olmayaraq, dəyişməz qalan xərclərdir. Buraya istehsal binalarına, avadanlıqlara, dəzgahlara, icarə haqqına, inzibati işçi heyətinə və sairəyə çəkilən xərclər daxildir.

Dəyişən xərclər (Variable costs – VC) – istehsal olunmuş hazır məhsulun həcmindən asılı olaraq dəyişən kəmiyyətdir. Buraya xammal və yarımfabrikatlar, enerji daşıyıcıları, işçilərə verilən əmək haqqı və digər xərclər daxil edilir.

Ümumi və orta xərclərin necə formalaşdığını, bu prosesdə sabit və dəyişən xərclərin rolunu aşağıdakı cədvəldən görmək olar:

Sabit, dəyişən, ümumi və orta xərclərin şirkətdə formalaşması

Məhsul buraxılışı (ədədlə)	Ümumi xərclər (min. manatla)			Orta xərclər (manatla)		
	<i>Sabit</i>	<i>Dəyişən</i>	<i>Ümumi</i>	<i>Sabit</i>	<i>Dəyişən</i>	<i>Ümumi</i>
0	100	0	100	100.000	0	100.000
100	100	120	220	1000	1200	1.200
200	100	240	340	500	1200	1.700
300	100	360	460	333	1200	1.533
400	100	490	590	250	1.225	1.475
500	100	640	740	200	1.280	1.480
600	100	810	910	167	1.350	1.517

Cədvəldən aydın olur ki, müəyyən bir məhsul (çörək, paltar, ayaqqabı, saat, parça, sement) istehsalı artdıqca, orta istehsal xərcləri, yəni hər məhsul vahidinə sərf olunmuş xərclər azalmağa doğru meyl edir. Rəqəmlərin təhlilindən görünür ki, orta istehsal xərcləri 200-300 ədəd məhsul buraxılışı həcmində təxminən bir-birinə yaxındır. Lakin sonra məhsul istehsalı 400 ədədə çatdırıldıqda, orta xərclər ən optimal variantda olur. Daha sonrakı mərhələdə orta xərclər tədricən artmağa doğru gedir. Deməli, bu konkret misalda orta istehsal xərcləri baxımından ən əlverişli, səmərəli variant istehsal həcmi 400 ədəd hədudunda olmasıdır.

İqtisadi nəzəriyyədə *son hədd xərcləri və alternativ xərclər* anlayışlarına rast gəlirik.

Son hədd xərcləri – növbəti, əlavə məhsul istehsalı (məsələn 1.000 ədəddən çox paltar, 10 tondan artıq çörək, 50.000 metrədən əlavə parça) ilə bağlı şirkətin ümumi xərclərinin artan kəmiyyətini göstərir. Bu xərclərin öyrənilməsi, şirkətin və korporasiyanın təsərrüfat fəaliyyəti üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edərək, hər hansı bir istehsalın optimal variantını müəyyən edir.

Şirkətin konkret məhsul (şəkər, televizor, mobil telefon, mebel) buraxılışı və satışı ilə onun müxtəlif xərcləri arasındakı asılılığı, eyni zamanda şirkətin son hədd xərclərilə

bazarda formalaşan qiymətlərin səviyyəsi elə olmalıdır ki, istehsalı həmin artan həcmdə davam etdirmək səmərəli olsun.

Deməli, son hədd xərcləri (SHX), ümumi xərclərin artımının məhsul buraxılışının kəmiyyətinə (həcminə) təsirini göstərir və belə ifadə olunur:

$$SHX = X_s - X_0 / M_s - M_0$$

Burada: SHX – son hədd xərcləri; X_s - son miqdarda məhsul ilə bağlı ümumi istehsal xərcləri; X_0 – əvvəlki miqdarda məhsul istehsalı ilə əlaqədar ümumi istehsal xərcləri; M_s - məhsul buraxılışının sonuncu həcmi; M_0 – məhsul buraxılışının əvvəlki həcmidir. Bu asılılıq, başqa formada da ifadə oluna bilər:

$$SHX \text{ (Marginal costs) } MC = \text{Dəyişən xərclərin artımı } (\Delta VC) / \text{Ümumi məhsulun (istehsalın) artımı } (\Delta Q)$$

Şirkətin və korporasiyanın konkret məhsul buraxılışı ilə bağlı çəkdikləri müxtəlif xərclər arasındakı nisbət (asılılığın) necə dəyişdiyini aşağıdakı cədvəldən görmək olar:

Məhsul buraxılışı ilə müxtəlif xərclər arasındakı asılılıq

Məhsul buraxılışı (ədədlə)	Sabit xərclər	Dəyişən xərclər	Ümumi xərclər	Orta xərclər	Sabit orta xərclər	Dəyişən orta xərclər	Son hədd xərcləri	Qiymət
0	6000	0	6000	-	-	-	-	-
100	6000	4.000	10000	100	60	40	40	40
200	6000	7.000	13.000	65	30	35	30	40
300	6000	9.000	15.000	50	20	30	20	40
400	6000	10.000	16.000	40	15	25	10	40
500	6000	14.000	20.000	40	12	28	40	40
600	6000	18.000	24.000	40	10	30	40	40
700	6000	23.400	29.400	42	8.6	33.4	54	40

Cədvəldəki rəqəmlərdən aydın olur ki, son hədd xərcləri, rəqabət şəraitində bazarda formalaşmış qiymətlərdən aşağı olduqda, şübhəsiz istehsalın həcmi artırmaq mümkündür, həm də səmərəlidir. Cədvəldə verilmiş misal nümunəsində bu hədd 400 ədəd (vahid) həcmindədir.

Əgər şirkətin son hədd xərcləri bazar qiymətindən yüksək olarsa, aydındır ki, mənfəət olmayacaq, deməli istehsal səmərəsiz işləyəcəkdir. Belə halda istehsalı davam etdirməyin iqtisadi baxımdan faydası olmayacaq və sahibkara, şirkətin təsisçilərinə zərər

gətirəcəkdir. İstehsal prosesinin davam etdirilməsi üçün zəruri olan amillərin - dəyişən xərclərin, hazır məhsulun həcminə nisbətən daha sürətlə artması, təbiidir ki, bir sıra problemlər yaradır. Bazar rəqabəti mühiti və istehsal amillərinin qiymətlərindəki dəyişikliklər, istehsal proseslərində yeni texnika-texnologiyalardan istifadə olunmasını, əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsini, sahibkarlıq bacarığının təkmilləşdirilməsini, habelə daha bir sıra konkret şəraitlə bağlı tədbirlərin həyata keçirilməsini irəli sürür.

Bütün bu obyektiv-subyektiv amillər kompleksi hərtərəfli öyrənilib təhlil edilməli, şirkətə və korporasiyaya elə əməli məsləhətlər, işgüzar tövsiyyələr verilməlidir ki, ayrı-ayrı istehsal və xidmət dairəsi sahələrinin fəaliyyətinin səmərəliliyi təmin olunsun.

İstehsalın alternativ xərcləri – təsərrüfat həyatının hansı sahələrindən eyni xərclərlə daha çox iqtisadi səmərə götürülməsinin əlverişli seçimini, yaxud variantını müəyyənləşdirməyə imkan verir. Əgər 1 milyon manat (dollar, avro) gəliri 500 min manat xərc sərf etməklə maşınqayırma, yaxud daş kömür hasilatından və 300 min manat xərc sərf etməklə yüngül, yaxud kimya sənayesindən əldə etmək mümkündürsə, şübhəsiz kapitalın bir sahədən digərinə təbii axını baş verəcəkdir.

İstehsal fəaliyyəti təkcə iş prosesinin təkmilləşdirilməsi və məhsul buraxılışının artırılması ilə məhdudlaşmayıb, eyni zamanda bu xərclərin başqa sahələrlə müqayisəsini tələb edir. Bu müqayisə nəticəsində, alternativ (əks) istehsal xərcləri variantı meydana çıxır ki, hər bir sahibkar yaxud şirkət daha səmərəli seçim etməkdə sərbəstdir. İstehsal strategiyasını dəyişən sahibkar və şirkət, bu mühüm addımı atmamış, vəziyyəti dəqiq faktlar, materiallar əsasında hərtərəfli təhlil edib müəyyən qərara gəlməlidir. İstehsal xərclərinin müqayisəli alternativ variantı seçilərkən, təkcə sırf iqtisadi gəlir məsələsi deyil, işin perspektivləri, sosial nəticələri, ekoloji problemləri də nəzərə alınmalıdır.

Alternativ xərclər yalnız istehsal-xidmət sahələrində deyil, insanların ailə-məişət, təhsil dairəsi və iş, gəlir və istirahət, vaxt və əyləncə seçimlərində də, mənəvi-psixoloji dəyərlərlə yanaşı, iqtisadi amil kimi mühüm əhəmiyyətə malikdir. Çünki, nəyi isə əldə etmək üçün, nədənsə imtina etmək lazım gəlir.

Müxtəlif şirkətlərin istehsal xərclərinin formalaşmasında, *qısamüddətli* və *uzunmüddətli* dövr anlayışları mühüm rol oynayır.

Qısamüddətli dövr, istehsal prosesi amillərinin bir hissəsinin (əsasən dəyişən xərclərin), uzunmüddətli dövr isə həmin amillərin hamısının, yəni həm dəyişən, həm də sabit xərclərin kəmiyyət və keyfiyyətcə dəyişdirilməsini, təkmilləşdirilməsini, yenidən qurulmasını nəzərdə tutur.

Bu dövr ərzində baş verən dəyişikliklər isə ilk növbədə konkret şirkətin istehsal təyinatından, onun gücündən, məhsul buraxılışı həcmindən, texniki-texnoloji silahlanma səviyyəsindən asılıdır. Məsələn, kiçik şirkət və məhdud torpaq sahəsində fəaliyyət göstərən fermerlə, iri maşınqayırma müəssisəsinin imkanları eyni deyildir. Lakin buna baxmayaraq, istər fermer, istərsə də iri şirkətlər, qısamüddətli dövr ərzində yalnız **əmək (iş qüvvəsi), xammalmaterial, yanacaq** kimi dəyişən xərclərin hesabına, habelə işin daha bacarıqla idarə olunması nəticəsində məhsul istehsalını artırma bilər. Şübhəsiz, qısamüddətli dövr ərzində, istehsal prosesinin xüsusiyyətlərindən asılı olaraq, xərclərin quruluşunda (ümumi, orta, son hədd xərcləri) fərqli dəyişikliklər baş vermiş olsa da, lakin ümumi bir meyl kimi istehsalın həcmi artırıldığı şəraitində, ilk mərhələdə orta xərclər azalsa da, müəyyən mərhələdən sonra həm orta, həm də ümumi xərclər artacaqdır.

Uzunmüddətli dövr ərzində bütün istehsal xərcləri, o cümlədən əmək, xammal və materiallar, habelə kapitalla (əsas fondlarla) bağlı məsrəflər artır. Bu dövrdə istehsal xərclərinin artım dinamikası, ilk növbədə konkret istehsal sahəsinin və müəyyən bir şirkətin məhsul buraxılışı həcmindən asılıdır.

Uzunmüddətli dövr xırda, orta və iri tipli şirkətlərə öz istehsallarını genişləndirməyə, yeni binalar tikməyə, istehsal güclərini artırmağa, mükəmməl texnika-texnologiyadan istifadə etməyə imkan yaradır. Bu prosesdə şirkət və müəssisənin təyinatı, məhsul həcmi, bazar konyukturası, qiymətlərin səviyyəsi, onun dəyişkənlik miqyasları mühüm rol oynayır. Məsələn, gəmiqayırma və kimya sənayesi obyektlərinin tikintisi, yaxud yenidən qurulması işi xeyli vaxt, habelə vəsait tələb edirsə, kiçik bir kafenin, yaxud gözəllik salonunun genişləndirilib yenidən qurulması, təbiidir ki, həmin obyektlərlə müqayisədə xeyli az vaxt aparacaqdır. Eyni zamanda şirkətin və müəssisənin miqyasları, hələ onun səmərəli fəaliyyəti üçün meyar sayıla bilməz. Həm də qısamüddət və uzun-müddət anlayışları, konkret sahələrin müqayisəli təhlili baxımından şərti xarakter daşıyır.

Uzunmüddətli dövrün belə bir xarakterik cəhətini qeyd etmək lazımdır ki, qısamüddətli dövrdə istehsalın – torpaq, şirkətin miqyası, onun avadanlıq –dəzgahları kimi müəyyən şərtləri sabit və dəyişməz kəmiyyət olduğu halda, uzunmüddətli dövrdə istehsal amillərinin hamısı, yaxud əksəriyyəti dəyişir.

4. Mənfəət – hər hansı bir sahibkarlıq və işgüzar biznes fəaliyyətinin son məqsədi, səmərəli nəticəsi, ümumiləşdirici yekunudur. Müxtəlif iqtisadi sistem və təsərrüfat sahələrində mənfəətin kəmiyyəti, məhsul və xidmətlərin reallaşdırılmasından əldə edilmiş müəyyən məbləğdə pul ilə, həmin məhsulların ümumi istehsal xərcləri arasındakı fərqə bərabərdir. Bu asılılığı belə ifadə etmək olar:

Mənfəət=Satış məbləği – Ümumi istehsal xərcləri

Mənfəət anlayışını xüsusi mülkiyyət və onun işçinin əməyinin istismarı nəticəsində yarandığını irəli sürmüş marksist iqtisadi mövqedən fərqli olaraq, müasir iqtisadi ədəbiyyatda bu anlayışın xüsusi mülkiyyətlə bilavasitə əlaqəsi tezisi düzgün sayılmır.

Bəs mənfəət nədir? Mənfəət, ilk növbədə sahibkarlıq, işgüzar-biznes fəaliyyəti ilə bağlı olub, istehsal amillərdən, yəni **torpaq, əmək və kapitaldan** səmərəli istifadə edilməsi şərtlərilə bağlıdır. Eyni zamanda mənfəət, sahibkarın istehsalı idarə etmək qabiliyyəti, təşkilatçılıq bacarığı, riskə getmək cəsarəti üçün aldığı haqq, yaxud mükafatdır. Belə bir fikir də vardır ki, mənfəət sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan insanların, bazarda yaranan rəqabət mübarizəsinin, inhisarların işgüzar əməliyyatlarının məntiqi nəticəsidir. Mənfəətin nə demək olduğunu belə ifadə etmək mümkündür:

Satış məbləği – Ümumi istehsal xərcləri=Mənfəət

Bu üsulla hesablanmış mənfəətə *statistik mənfəət* deyilir.

İqtisadi nəzəriyyədə mənfəətin, – **mühasibat mənfəəti, iqtisadi (xalis) mənfəət, normal mənfəət** kimi müxtəlif formaları vardır. Həmin formalar bir-birindən öz tərkibi və hesablanma üsullarına görə fərqlənirlər.

Mühasibat mənfəəti – məhsul satışından əldə olunmuş pul məbləğindən, xarici istehsal xərcləri çıxmaqla hesablanır:

Satış məbləği – Xarici xərclər=Mühasibat mənfəəti

yaxud: **Mühasibat mənfəəti=Satış məbləği – Xarici xərclər**

İqtisadi (xalis) mənfəət – məhsul satışından əldə edilmiş pul məbləğindən, bütün istehsal xərclərini, yəni həm daxili, həm də xarici xərcləri çıxmaqla hesablanır:

Satış məbləği – (Daxili+Xarici xərclər)=İqtisadi (xalis) mənfəət

yaxud: **İqtisadi (xalis) mənfəət=Satış məbləği – (Daxili+Xarici xərclər)**

Təsərrüfat təcrübəsində sahibkarlıq və işgüzar biznes fəaliyyətini davam etdirmək üçün əsas mənbə **iqtisadi (xalis) mənfəət** sayılır.

Normal mənfəət – hər bir sahibkar və iş adamının elə mənfəət kəmiyyətidir ki, həmin məbləğ istehsal-xidmət dairəsinin başqa sahələrinə yönəldilsəydi belə, yenə də öz sahibinə eyni səviyyə də mənfəət gətirə bilərdi. Deməli, normal mənfəət sahibkar, yaxud da şirkət tərəfindən istehsala qoyulmuş (sərf olunmuş, yönəldilmiş) daxili (gizli,görünməyən) xərclərə bərabər olan bir kəmiyyətdir.