

FƏNN: QIYMƏT VƏ QIYMƏTLƏNDİRMƏ

MÖVZU 5: XƏRCLƏR VƏ QIYMƏTİN FORMALAS- MASINDA ONLARIN ROLU

Müəllim: Rafiq Vahid oğlu Abbasov

Tarix : 2025

İxtisas: Marketing

Qrup: 3¹,3²,3³

Mühazirə: Qarışıq

FTN 2. İqtisadiyyatda bazar mexanizmində qiymətin rolu haqqında təsəvvürə malik olunması, bazarlarda mövcud olan qiymətlərin əmələ gəlməsində xərclərin hesablanmasına dair ilkin vərdişlərinin öyrənilməsi təmin edilir

P L A N

1. Qiymətin əmələ gəlməsi məqsədləri üçün xərclərin növləri.
2. Məsrəflər, istehsalın həcmi və mənfəətin nisbətlərinin təhlili
(*CVP – təhlil*).
3. Maya dəyərinin kalkulyasiya edilməsi metodları.

ƏDƏBİYYAT

1. Çudakov A.D. . “Qiymət və qiymətin əmələ gəlməsi” Dərslik. Bakı, “Elm”, 2009, rus dilindən tərcümə, 312 səh.
2. Kazımlı X., Bayramov Q., Sadıqov B., Quliyev İ., Hübətova S., Məmmədov İ. Qiymətin əmələ gəlməsi. Dərslik Bakı, “Müəllim”, 2019, 498 səh.
3. Qarayev İ. Qiymətin əmələ gəlməsi. Dərslik. Bakı, UNEC, 2000, 358 səh.
4. Qafarov N.C., Quliyev İ.Q. Qiymət və qiymətləndirmə. Bakı, ADİU, 2017, 375 səh.

1. QIYMƏTİN ƏMƏLƏ GƏLMƏSİ MƏQSƏDLƏRİ ÜÇÜN XƏRCLƏRİN NÖVLƏRİ

Məhsulun istehsalı və satışı xərcləri sərf olunmuş bütün istehsal amillərinin (*əsas fondlar, xammal, materiallar, yanacaq, enerji, əmək resursları*) pul formasında ifadəsidir. Bu təklifin qiymətini müəyyən etmək, həmçinin səmərəli sahibkarlıq siyasətinin işlənilib hazırlanması üçün zəruri olan ən mühüm daxili istehsal göstəricisidir.

Sahibkar əmtəəni mənfəət əldə etmək məqsədilə istehsal edir. Bu zaman o, mənfəət ilə məsrəflər arasındakı nisbəti maksimallaşdırmağa çalışır. Lakin bazarda qiymətin müəyyən edilməsində konkret satıcının imkanları bazar sistemi tipi ilə məhdudlaşdırılır. Həm də qiymətin səviyyəsi bir sıra amillərin təsiri altında formalaşır. Buna görə də hər bir istehsalçı üçün mənfəətin artırılmasının ən mühüm, bəzən isə yeganə mənbəyi xərclərin azaldılması olur. Burada da xərclərin bazar təhlilinin əsas məqsədi irəli gəlir ki, bu da firmanın fəaliyyətini davam etdirməsi və müvəffəqiyyətinin ən mühüm şərti olan xərclər ilə gəlirlər arasında optimal nisbətin müəyyən olunmasıdır.

Bazar şəraitində müəssisədə qiymətin əmələ gəlməsi praktikasında mühasibat və sahibkarlıq (*iqtisadi*) xərclər fərqləndirilir.

Məhsulun maya dəyərinə aid edilən məhsul istehsalı və satışının *mühasibat xərclərinə* aşağıdakı elementlər daxildir: maddi məsrəflər, əmək haqqı məsrəfləri, sosial ehtiyaclara ayırmalar, əsas fondların amortizasiyası, digər məsrəflər.

Lakin bazarda öz fəaliyyətini davam etdirmək üçün müəssisə sadə və geniş təkrar istehsalla əlaqədar çəkdiyi xərclərdən kəmiyyətcə daha çox olan digər xərclər də çəkməli və təklifin qiymətini müəyyən edərkən onları nəzərə almalıdır. Bu xərclər sahibkarlıq xərcləri adlanır və əslində onlar təklifin qiymətini müəyyən edir. *Sahibkarlıq xərclərinə* daxildir:

1) mühasibat xərcləri;

2) normal sahibkarlıq mənfəəti; o, əsas fondlara kapital qoyuluşlarının maliyyələşdirilməsi mənbəyi və dövriyyə vəsaitlərinin artırılması, elmi-tədqiqat və konstruktor işlərinə xərclərin, sosial ehtiyacların, səhmlərə görə dividendlərin verilməsi və mənfəət hesabına ödənilən vergilərə ayırmaların mənbəyidir;

3) əgər o, müəssisənin qiymətindən artıq əlavə edilirsə, əlavə dəyər vergisi və əgər müəssisənin əmtəəsi aksizə cəlb olunursa, aksizlər;

4) əgər firma xarici iqtisadi fəaliyyətlə məşğuldursa, ixrac əmtəələrinin gömrük rüsumları;

5) alternativ xərclər – firmanın resurslarından daha yaxşı istifadə imkanlarının əldən verilməsi ilə bağlı pul itkiləri.

Doğrudan da iqtisadi qərarların qəbul edilməsinin əsasında resursların məhdudluğu üzündən təsərrüfatçılıq subyektinin bu resurslardan alternativ istifadə üsulları arasında seçim etmək amili durur. Başqa sözlə istehsalçı bu və ya digər resursların alternativ şəkildə istifadə oluna bilməsini yadda saxlamalı və buna görə də həmin alternativlərdən gözlənilən faydanı müqayisə etməlidir. Resurslardan hər hansı bir istehsalda istifadə barədə qərar qəbul edərkən sahibkar digər əmtəə və xidmətlərin istehsalından imtina edir, yəni alternativ imkanların dəyərini qurban verir. Bu baxımdan təsdiq etmək olar ki, iqtisadi qərarlar qəbul olunarkən nəzərə alınmalı olan xərclər həmişə alternativ xərclərdir.

Xərclər nəzəriyyəsinin banisi olan Avstriya alimi Fridrix Vizerə görə istehsal xərcləri itirilmiş (*o cümlədən potensial*) faydalılıqdır. “Kim “xərcləri” unudaraq yalnız bir istehsalın “faydalılığı” barədə düşünürsə, sadəcə olaraq digərlərinin faydalılığını yaddan çıxarır”.

Alternativ xərcləri müəssisənin mövqeyindən nəzərdən keçirdikdə, onların açıq (*xarici*) və açıq olmayan (*daxili*) xarakter daşdığını göstərmək lazımdır.

Açıq – müəssisənin resursların alınmasına müstəqim pul ödənişləri formasında olan (*fəhlələrin əmək haqqı, xammalın, yanacaqın, enerjinin, nəqliyyat xidmətlərinin və i.a. haqqının ödənilməsi*) xərclərdir.

Açıq olmayan – hüquqi şəxs kimi firma sahiblərinin özlərinə məxsus olan resurslardan istifadə xərcləridir. Bu xərclər müqavilədə nəzərdə tutulmur, məcburi ödəniş məbləği sayılmır və tam şəkildə alınmamış qalır. Onlara firmanın sahibi muzzdlu işçilərlə birlikdə çalışdıqda (*o, digər firmada işləyərək əmək haqqı da ala bilər*) onun maaşı və firmaya məxsus binaların istifadə dəyəri (*firmanın öz yerlərini icarəyə verməkdən və müvafiq haqq almaqdan imtina etdikdə*) aid edilir. Açıq olmayan xərclər adətən gizli xarakter daşıyır,

lakin iqtisadi qərarlar qəbul edilərkən onları həmişə nəzərə almaq lazımdır. Qayıtmaz xərclər də mövcuddur ki, onlar da həmişə idarəetmə qərarları qəbul edilərkən nəzərə alınmır. Qayıtmaz xərclər (*onları itirilmiş dəyər də adlandırılır*) əvvəllər çəkilməmiş məsrəflərdir ki, onlar da heç bir hazırkı və ya gələcək fəaliyyətlə dəyişdirilə bilməzlər. Məhz özlərini ödəyə bilmədiklərinə görə onlar firmanın qərarına təsir etməməlidir. Xərclərin bu kateqoriyasına, məsələn, müəssisənin sifarişi ilə hazırlanmış və yalnız yeni məhsul istehsalı üçün istifadə oluna bilən xüsusi maşın və ya avadanlıq aiddir. O, digər məqsədlərlə istifadə üçün yenidən qurula bilməz. Onu hətta metal tullantıları dəyərinə də satmaq olmur. Belə avadanlıqlara kapital məsrəfləri qayıtmaz xərclərdir. Qayıtmaz xərclərə həmçinin elmi-tədqiqat və konstruktor işlərinə, marketing tədqiqatlarına və s. sərf olunan məsrəflər aiddirlər.

Mühasibat xərcləri açıq olmayan xərcləri nəzərə almır və yalnız resursların alınmasına ödənişlər formasında çəkilən açıq xərcləri özünə daxil edir (*cədvələ bax*).

Cədvəl

Müəssisənin sahibkarlıq və mühasibat xərcləri

<i>Adı</i>	<i>Mühasibat xərcləri, man</i>	<i>Sahibkarlıq xərcləri, man</i>
Əmək haqqı	50000	50000
Faiz ödəmələri	10000	10000
Amortizasiya	20000	20000
Xammal, materiallar	20000	20000
Sahibkarın açıq olmayan əmək haqqı		20000
Açıq olmayan torpaq rentası	-	4000
Xüsusi kapitalla açıq olmayan faiz	-	2000
<i>Yekunu</i>	<i>100000</i>	<i>126000</i>

Cədvəlin rəqəm məlumatlarının təhlili göstərir ki, sahibkarlıq xərcləri mühasibat xərclərindən 1,26 dəfə çox olmuşdur.

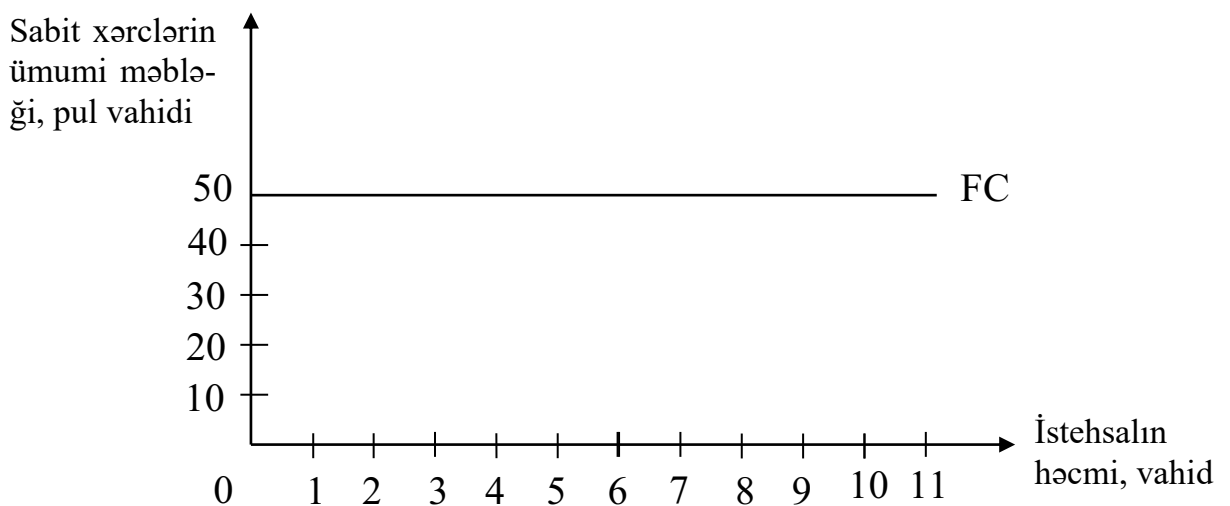
Bazar iqtisadiyyatı şəraitində sahibkar qarşısında yalnız məhsul istehsalı məsrəflərini dəqiq hesablamaq deyil, həm də satışın həcminin hər hansı dinamikasında onların dəyişilməsini qabaqcadan görmək vəzifəsi durur. Həqiqət-

tən də, əmtəələrin müxtəlif həcmli buraxılışı həcminə və strukturuna görə müxtəlif xərclər tələb edir.

Xərclər sabit və dəyişən xərclərə bölünür.

Sabit xərclər (*FC - ingiliscə fixed costs*) – qısa müddətli dövrdə məhsulun buraxılışının həcmindən asılı deyillər. Onlar sabit istehsal amilləri xərclərini əks etdirir və istehsalın həcmi dəyişildiyi halda da dəyişilməz qalırlar. Məsələn, əgər istehsalın həcmi 20% artırsa və ya azalrsa, hər iki halda sabit xərclər dəyişilməz qalır.

Öz iqtisadi mahiyyətinə görə sabit xərclər konkret fəaliyyət üçün şəraitin yaradılması məsrəfləri sayılır. Bu binaların, yerlərin saxlanması, icarə haqqı, sığorta, amortizasiya ayırmaları və i.a. xərcləridir. Sabit məsrəflərin qrafiki təsviri 1-ci şəkildə əks olunur.



Şəkil 1. Sabit xərclərin ümumi məbləği və istehsalın həcmi nisbəti

Qrafik göstərir ki, istehsalın həcmi dəyişməsi ilə sabit xərclərin ümumi məbləği dəyişilmir. İstehsalın həcmi necə artsa da, məsələn, 1 vahiddən 5 vahidə qədər (*5 dəfə*) və ya 1 vahiddən 10 vahidə kimi (*10 dəfə*) çoxalrsa da sabit məsrəflərin məbləği dəyişilməz qalır və 50 pul vahidinə bərabər olur.

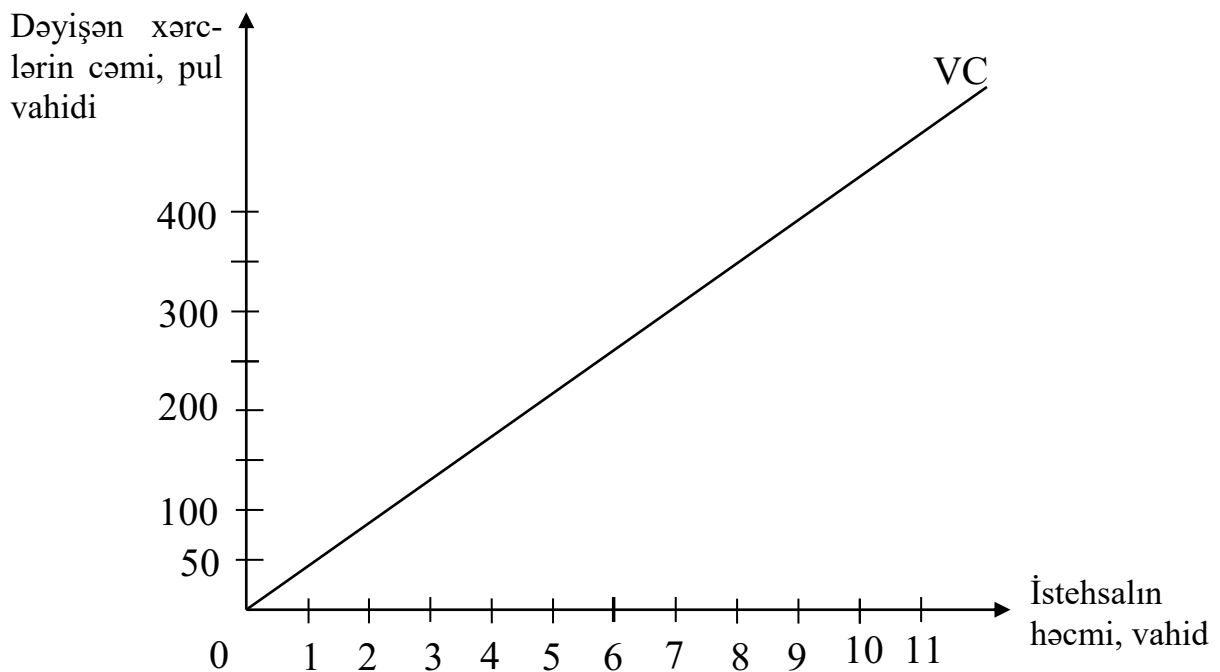
Əgər fərz etsək ki, istehsalın həcmi 1 vahidə bərabərdir, onda sabit xərclər 50 pul vahidi (*50:1*) təşkil edər, istehsal 10 vahidə qədər artdıqda isə məhsul vahidinin sabit xərcləri 5 pul vahidi (*50:10*) azalar.

$$\text{Orta sabit xərclər} \quad = \quad \frac{\text{FC}}{\text{İstehsalın həcmi (Q)}} \quad (1)$$

(Average fixed costs) AFC

Orta sabit məsrəflər istehsalın həcmnin artması ilə davamlı şəkildə aşağı düşür.

Dəyişən xərclər (*VC – ingiliscə variable costs*) – məhsul buraxılışın həcmi ilə birlikdə dəyişilir və adətən həmin həcmə müəyyən olunur (*2-ci şəkil*). Məsələn, əgər boru istehsalının həcmi 5% artırsa, bu zaman boru prokat zavodunun istifadə etdiyi metalın məsrəfləri də 5% artacaqdır.



Şəkil 2. *Dəyişən xərclərin dəyişilməsi qrafiki*

Dəyişən xərclərin iqtisadi mahiyyəti – hər hansı bir fəaliyyət nəminə yaradılan müəssisənin, həmin fəaliyyətin praktiki həyata keçirilməsi məsrəfləridir. Onlara xammal, material, yanacaq, qaz, elektrik enerjisi, əmək haqqı xərcləri aiddir.

Dəyişən xərclər istehsalın həcminə mütənasib surətdə artır (*istehsalın həcmi 1 vahiddən 2 vahidə qədər çoxaldıqda dəyişən məsrəflər 50 pul vahidindən 78 pul vahidinədək artır*).

Orta dəyişən xərclər (*AVC*) dəyişən xərclərin (*VC*) istehsalın həcminə olan nisbətində bərabərdir:

$$AVC = \frac{VC}{\text{İstehsalın həcmi } (Q)} \quad (2)$$

Xərclərin sabit və dəyişən xərclərə təsnifləşdirilməsi real iqtisadi mənə kəsb edir və aşağıdakı idarəetmə məsələlərinin həllində geniş istifadə olunur:

- 1) müəssisənin rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi;
- 2) satış pulu artdıqca bu və ya digər xərclərin nisbi azalması əsasında mənfəətin kütləsinin və onun artımının tənzimlənməsi;
- 3) məsrəflərin ödənilməsinin hesablanması və bazar konyunkturasının mürəkkəbləşməsi və ya digər çətinliklər ehtimalına qarşı müəssisənin maliyyə möhkəmliyi ehtiyatının müəyyən edilməsi;
- 4) marjinal xərclər metodu ilə məmulatın qiymətinin hesablanması.

Lakin yaranmış bazar şəraitində müəssisənin optimal qiymət strategiyasının müəyyən edilməsi yalnız əmtəə istehsalının mümkün həcmələrindən asılı olaraq xərclərin dəyişilməsinin təhlili əsasında mümkündür. Bununla əlaqədar olaraq ümumi, orta və hədd xərcləri fərqləndirilir.

İstehsalın ümumi (*məcmu*) həcmi ilə əlaqədar sahibkarlıq xərclərinin ümumi həcmi ümumi (*məcmu*) xərclər (*TC – ingiliscə total costs*) adlandırılır və müəssisənin sabit və dəyişən xərclərinin cəminə bərabərdir:

$$TC = FC + VC \quad (3)$$

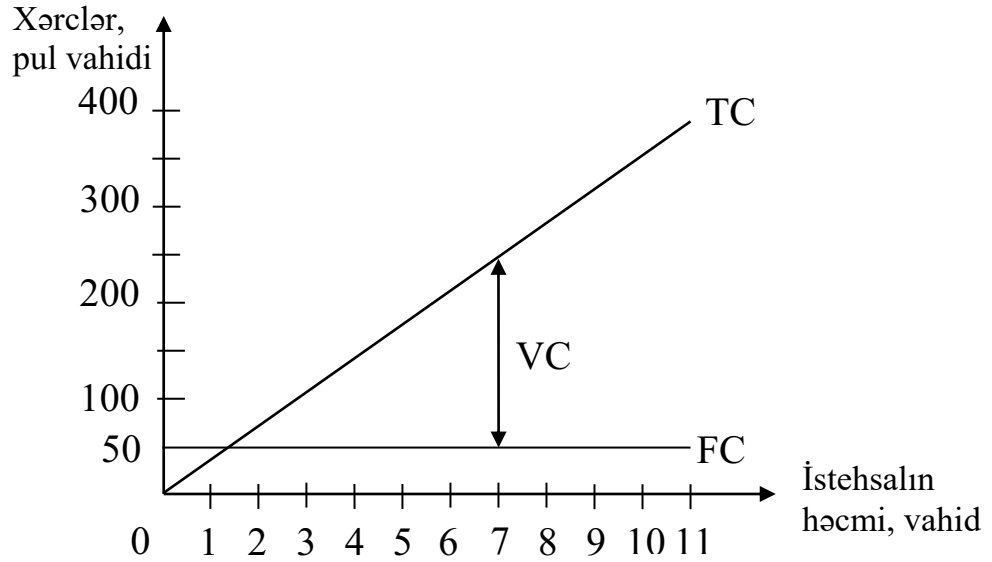
Ümumi xərclər istehsal olunan əmtəənin qiymətinin aşağı həddini müəyyən edir (*3-cü şəkil*).

Müstəqim sabit məsrəflər (*FC*) ilə müstəqim ümumi məsrəflər (*TC*) arasındakı məsafə dəyişən məsrəflərin (*VC*) cəmidir.

Orta ümumi xərclər (*AC*) istehsal olunan məhsul vahidinə düşən istehsal xərclərini əks etdirir:

$$AC = \frac{TC}{\text{İstehsalın həcmi } (Q)} \quad (4)$$

Sahibkarın minimallaşdırmağa çalışdığı bu xərc növü bazar tarazlığının başa düşülməsi üçün xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. İstehsal artdıqca sabit xərclərə daha çox miqdarda məhsul vahidi düşür və orta xərclər sürətlə azalır.



Şəkil 3. Ümumi xərlər qrafiki

İstehsalın həcmi çoxaldıqca orta xərlərin kəmiyyətinə əsas təsiri sabit deyil, dəyişən xərlər göstərməyə başlayır.

Təkmil rəqabət şəraitində qiymətin hər hansı qərarlaşmış səviyyəsində bir növ xarici hədd mövcuddur ki, bu da istehsalçıların ya həmin sahəyə daxil olmasını, ya da ondan sıxışdırılıb çıxarılmasını şərtləndirir. Qiymətlərin artması yeni firmaların meydana çıxmasına və köhnələrin qalmasına səbəb olur. Qiymətin aşağı salınması isə ona gətirib çıxardır ki, xərləri yüksək səviyyədə olan müəssisələr zərəərə düşür və həmin sahəni tərk etməyə məcbur olurlar.

Əgər istehsalın hər bir həcmində orta xərlər bazar qiymətindən yüksəkdirsə, onda həmin firma zərəərə məruz qalır və yenidən təşkil olunmursa, yaxud da bazardan getmirsə iflasa uğrayır.

Məhsulun əlavə vahidi istehsalının sərfəli olduğunu başa düşmək üçün, sahibkara ümumi xərlərin kəmiyyətinin dəyişilməsi ilə gəlirin mümkün dəyişilməsini müqayisə etmək lazımdır.

Əlavə məhsul vahidi istehsalı ilə əlaqədar çəkilən xərlər *hədd* və ya *marjinal* (*MC – ingiliscə marginal costs*) *xərclər* adlanır. Bəzən bu xərlərə artım xərləri də deyilir. Çünki, onlar daha bir vahid məhsul istehsalı naminə müəssisənin ümumi xərlərinin artmasını əks etdirir. Lakin buraxılışın həcmnin bir vahid dəyişilməsi ilə sabit xərlər dəyişilmir və deməli, hədd xərləri tək cə əlavə məhsul vahidi buraxılışı nəticəsində dəyişən məsrəflərin artı-

mı ilə müəyyən olunur. Hədd xərcləri, məhsul buraxılışının həcmnin bir vahid artırılmasının firmaya neçəyə başa gəldiyini göstərir:

$$MC = \frac{\Delta VC}{\Delta Q} \quad (5)$$

Bazar şəraitində müəssisənin qiymət strategiyasının işlənilib hazırlanması və əsaslandırılmasında hədd xərclərinin təhlili həlledici rol oynayır. Hədd xərclərini bilmək müəssisə rəhbərliyinə aşağıdakıların müəyyən olunmasında kömək edir:

- 1) məhsul buraxılışının artırılması və ya azaldılması;
- 2) hansı xammal tədarükçüsünə üstünlük verməyi;
- 3) istehsal prosesini hansı hədudlarda həyata keçirməyi.

Düşünülmüş qiymət siyasətinin həyata keçirilməsi üçün hər bir sahibkar həm qısa müddətli, həm də uzun müddətli dövrdə müəssisənin alternativ xərclərini hesablamalı və dərinlən təhlil etməlidir. Qısa müddətli dövrdə (*bir ildən artıq olmayan*) əsas istehsal amillərində (*texnologiyada, strukturda*) köklü dəyişikliklər baş vermir, digər amillər isə məhsul buraxılışını artırmaq üçün dəyişilə bilər.

Beləliklə, hədd və orta xərclər bazar iqtisadiyyatının mühüm anlayışları olmaqla, müəssisənin işgüzar fəallığını müəyyən edirlər. Müxtəlif səbəblərə görə tələbin nəzərə çarpacaq dərəcədə artıb-azaldığı bazarlarda fəaliyyət göstərən firmalar üçün qısa müddətli xərclərin təhlili xüsusilə vacibdir.

Uzun müddətli dövrdə müəssisənin istifadə etdiyi bütün istehsal amilləri (*müəssisənin ölçüsü, istehsal güclərinin həcmi, cəlb olunmuş kapital qoyuluşlarının miqdarı və s.*) dəyişilə bilər. Bu halda müəyyən həcmdə məhsulun istehsal xərclərinin minimuma endirilməsi üçün menecer istehsal amillərinin müvafiq uyğunluğunu seçməlidir.

2. MƏSRƏFLƏR, İSTEHSALIN HƏCMİ VƏ MƏNFƏƏTİN NİSBƏTLƏRİNİN TƏHLİLİ (CVP – TƏHLİL)

Sahibkar öz fəaliyyəti prosesində daima məhsulun satılacağı qiymətə da-
ir, dəyişən və sabit xərclər üzrə, resursların alınması və istifadəsi barədə qə-

rarlar qəbul etməli olur. Bunun üçün məsrəflərin və mənfəətin səviyyələrini dəqiq və etibarlı təşkil etmək zəruridir.

Bazar şəraitində tətbiq olunan bütün idarəetmə modelləri məsrəflər, istehsalın həcmi və mənfəətin qarşılıqlı əlaqələrinin öyrənilməsinə əsaslanır. Bu sahədə aparılan xüsusi təhlil məmumatın qiyməti, istehsalın həcmi, dəyişən və sabit məsrəflər arasındakı münasibətləri başa düşməyə kömək edir. O, məhsulun qiymətinin və mənfəətin əldə olunmasının müxtəlif variantlarını müqayisə etməyə, həmçinin dəyişən, sabit məsrəflər, qiymət və məhsul istehsalının həcmi arasında daha əlverişli nisbətə tapılmasına imkan verir. Buna müxtəlif üsullarla, yəni satış qiymətinin azaldılması və müvafiq surətdə satışın həcmi artırılması, sabit məsrəflərin artırılması və həcmi genişləndirilməsi, sabit məsrəflər və məhsulun buraxılışının miqdarının mütənasib şəkildə dəyişdirilməsi yolu ilə nail olmaq mümkündür. Məsrəflər, istehsalın həcmi və mənfəətin nisbətlərinin təhlili bəzən daha dar mənada – böhran nöqtəsinin təhlili kimi şərh olunur.

Böhran dedikdə, məsrəflərin bütün məhsulun satışından əldə edilən pulun miqdarına bərabər olduğu, yəni nə mənfəətin alınmadığı, nə də ki, zərərin çəkilmədiyi istehsalın həcmi nöqtəsi başa düşülür. Bu nöqtəni həmçinin “ölü” nöqtəsi, yaxud da zərərsizlik nöqtəsi adlandırırlar. Onun hesablanması üçün üç metoddan, yəni tənlik, marjinal mənfəət və qrafiki təsvir metodlarından istifadə etmək olar.

Tənlik metodu. Burada təhlil üçün ilk tənlik kimi satış pulu, xərclər və mənfəətin aşağıdakı nisbəti götürülür:

$$\text{Satış pulu} - \text{Dəyişən xərclər} - \text{Sabit xərclər} = \text{Mənfəət}$$

Əgər satış pulunu məmumat vahidinin satış qiymətinin satılan vahidlərin miqdarına vurma hasili kimi təsvir etsək və məsrəfləri məmumat vahidinə görə hesablasaq, onda istehsalın həcmi böhran nöqtəsində malik olarıq:

$$Q_{böh} \times P - Q_{böh} \times VC - FC = 0 \quad (1)$$

Buradan da böhran nöqtəsinə nail olmaq üçün satılmalı olan məhsul vahidlərinin miqdarını müəyyən edirik:

$$Q_{böh} = \frac{FC}{P - VC} \quad (2)$$

burada $Q_{böh}$ – böhran nöqtəsində məhsul istehsalının həcmi (vahidlərin miqdarı);

P – məhsul vahidinin qiyməti;

VC – məhsul vahidinə dəyişən məsrəflər;

FC – sabit xərclərdir.

Bu metodu şərti misalda nəzərdən keçirək. Fərz edək ki, müəssisə öz məhsulunu 500 pul vahidi qiymətinə satmağı planlaşdırır, sabit xərclər 70 000 pul vahidi, məhsul vahidinin dəyişən xərcləri isə 300 pul vahidi təşkil edir. Zərərsizlik nöqtəsində mənfəət 0 –a bərabərdir, onda

$$\begin{aligned}500 \times X - 300 \times X - 70000 &= 0 \\200 \times X &= 70000 \\X &= 350\end{aligned}$$

Beləliklə, müəssisə 350 vahid məmulat satdıqda mənfəət və zərərin bərabər olduğu böhran nöqtəsinə nail olur.

Böhran nöqtəsinə dəyər ifadəsində də, əldə edilmiş həcmi məhsul vahidinin qiymətinə vurmaqla hesablamaq mümkündür:

$$350 \times 500 = 175000 \text{ pul vahidi.}$$

CVP – təhlil arzu olunan mənfəətin miqdarını əldə etmək üçün lazımı satış həcmi müəyyən edərkən istifadə oluna bilər. Bizim şərti misalda, tutaq ki, müəssisə 40 000 pul vahidi miqdarında mənfəətə nail olmaq istəyir. Bu halda istehsalın və satışın həcmi necə olmalıdır?

Zərərsizlik nöqtəsində satış pulu sabit və dəyişən xərclərin cəminə bərabərdir. Buna görə də mənfəətin verilmiş kəmiyyətini hesablamaq üçün onu məsrəflərin cəminə əlavə etmək lazımdır:

$$\text{Satış pulu} = \text{Dəyişən xərclər} + \text{Sabit xərclər} + \text{Mənfəət.}$$

$$\left(\begin{array}{l} \text{Satış} \\ \text{vahidinin} \\ \text{qiyməti} \end{array} \times \begin{array}{l} \text{Vahidlərin} \\ \text{miqdarı} \end{array} \right) = \left(\begin{array}{l} \text{Məhsul} \\ \text{vahidinə} \\ \text{dəyişən} \\ \text{məsrəflər} \end{array} \times \begin{array}{l} \text{Vahidlərin} \\ \text{miqdarı} \end{array} \right) + \text{Sabit} \\ \text{məsrəflər} + \text{Mənfəət}$$

$$500 \times X = 300 \times X + 70000 + 40000$$

$$200 \times X = 110000$$

$$X = 550$$

Beləliklə, mənfəətin verilmiş kəmiyyətinə 550 vahidə bərabər olan satış həcmində nail oluna bilər ki, o da pul ifadəsində:

$$550 \times 500 = 275000 \text{ pul vahidi təşkil edir.}$$

Marjinal mənfəət metodu tənlik metodunun modifikasiyasıdır (şəklini dəyişməsidir).

Marjinal mənfəət – məhsulun satış pulu ilə dəyişən məsrəflər arasındakı fərkdir, yəni bu ilk növbədə müəssisənin sabit xərclərinin ödənilməsi və mənfəətin əldə edilməsi üçün müəyyən məbləğdə vəsaitdir. Məmulat vahidinin marjinal mənfəətini əmtəə vahidinin satış qiyməti ilə həmin vahidin dəyişən xərcləri arasındakı fərq kimi də başa düşmək olar. Məhsul vahidinə düşən marjinal mənfəət hər satılan vahidin sabit məsrəflərinin ödənilməsinə töhfəsidir.

(2) düsturunun şəklini dəyişməsi məhsulun həcmi ilə nisbi marjinal mənfəətin əlaqəsini aşkara çıxardır:

$$Q_{b\ddot{h}} = \frac{FC}{P - VC} = \frac{FC}{P [1 - (VC/P)]} = \frac{FC}{P (1-d)} \quad (3)$$

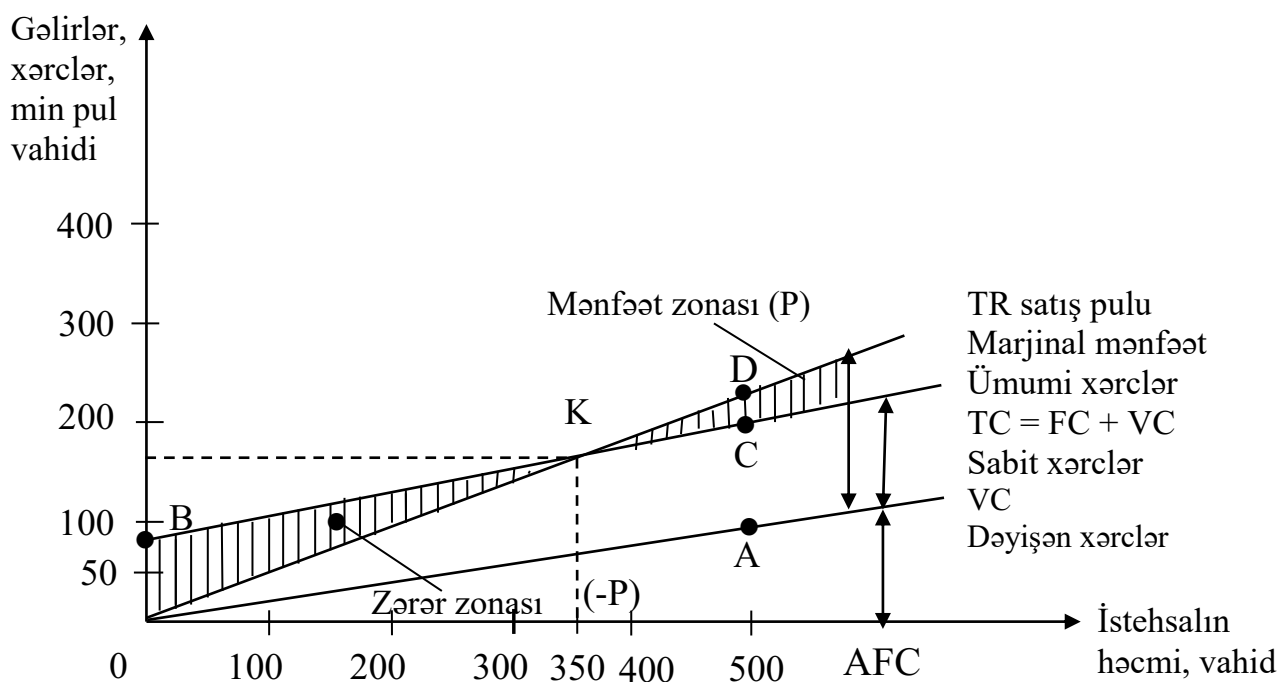
burada d – məhsul vahidinin qiymətində dəyişən xərclərin nisbi səviyyəsi ($d = VC/P$);

$(1 - d)$ – satışın həcmi vahidinə nisbi marjinal mənfəətdir.

Bizim misalda məhsul vahidinin marjinal mənfəəti: $500 - 300 = 200$ pul vahidi təşkil edir, zərərsizlik nöqtəsinə isə $70\,000 : 200 = 350$ vahiddə nail olunur.

Qrafik metod CVP – təhlil barədə əyani təsəvvür yaradır və “məsrəflər–istehsalın həcmi – mənfəət” kompleks qrafikin qurulmasına əsaslanır. Yəni, düzbucaqlı koordinat sistemində məsrəflər və gəlirin istehsal olunmuş məhsul vahidinin miqdarından asılılığı qrafiki qurulur (*4-cü şəkil*).

Şaquli oxda məsrəflər və gəlir, üfqi oxda isə məhsul vahidlərinin miqdarı barədə məlumatlar əks olunur. Qrafikin qurulması qaydası aşağıdakı kimidir:



Şəkil 4. Məsrəflərin, mənfəətin və satış həcminin hərəkəti qrafiki

1. Qrafikə dəyişən xərclər (VC) xəttini çəkmək üçün, istehsalın hər hansı həcmi, məsələn, 500 vahidi seçir və bu həcmə müvafiq gələn xərclər nöqtəsini tapırıq: $300 \times 500 = 150\,000$ (A nöqtəsi). Dəyişən xərclər xətti 0 və A nöqtələri arasında çəkilir.

2. Sabit xərclər (FC) xəttini çəkmək üçün ordinat oxunda 70 000 vahidə müvafiq gələn nöqtəni tapır (B nöqtəsi), A nöqtəsindən yuxarıda isə 70 000 vahid qeyd edirik (C nöqtəsi). B və C nöqtələrindən istifadə edərək, dəyişən xərclər xəttinə paralel olaraq sabit xərclər xəttini çəkirik. BC xətti məsrəflərin ümumi məbləğini göstərir.

3. Qrafikə satış pulu (TR) xəttini çəkmək üçün, həmin şərti satış həcmi (500 vahid) götürülür, sonra isə məhsul vahidi qiymətinin həcmə vurulmasından alınan ($500 \times 500 = 250\,000$ pul vahidi) D nöqtəsini qeyd edirik. Satış pulu xətti 0 və D nöqtələri arasında çəkilir.

Böhran nöqtəsi (*dönüş nöqtəsi*) $0D$ satış pulu xətti ilə BC ümumi (*məcmu*) xərclər xəttinin kəsişdiyi yerdə yaranır. İstehsal həcmi K böhran nöqtəsində nə mənfəət, nə də zərər yoxdur.

Böhran nöqtəsindən solda, sabit xərclərin kəmiyyətinin marjinal mənfəətin miqdarından artıq olması nəticəsində yaranan xalis zərərlər sahəsi, ondan sağda isə xalis mənfəət sahəsi cızıqlanmışlar. Q -nün (*məhsul vahidlərinin*

miqdarı) hər bir kəmiyyəti üçün xalis mənfəət marjinal mənfəətlə sabit xərclər arasındakı fərq kimi müəyyən olunur.

Absis oxunda K nöqtəsinin proeksiyası fiziki ölçü vahidlərində (*ədəd, metr, kq*) istehsalın böhran həcmi verir.

Ordinat oxunda K nöqtəsinin proeksiyası isə dəyər ifadəsində istehsalın böhran həcmi verir.

Məsrəflər, mənfəət və satış həcmi göstərilən qrafiki asılılığı müəssisə üçün aşağıdakı mühüm nəticələri çıxarmağa imkan yaradır:

1. Müəssisə yalnız K böhran nöqtəsindəkindən çox həcmdə məhsul satdığı halda mənfəət (*satış pulu çıxılışın sabit və dəyişən xərclər*) əldə edə bilər.

2. Ümumi xərclər (TC) əyrisi ilə satış pulu (TR) əyrisinin kəsişməsində yerləşən K nöqtəsi böhran nöqtəsi adlanır, onu aşıb keçdikdən sonra bütün xərclər özünü ödəyir və müəssisə mənfəət əldə etməyə başlayır.

3. Sabit xərclər (FC) əyrisi ilə marjinal gəlir əyrisinin kəsişmə nöqtəsi, istehsalın onu ötür keçdikdən sonra sabit xərclərin özünü ödəməyə başladığı həcmi göstərir.

4. İstehsal olunan məhsulun qiymətinin yüksəlməsi ilə istehsalın böhran nöqtəsinə müvafiq gələn minimal həcmi azalır, qiymətlər aşağı düşdükdə isə artır.

5. Sabit xərclərin çoxalması ilə istehsalın zərərsizlik nöqtəsinə müvafiq gələn minimal həcmi artır.

6. Dəyişən xərclər yüksəldikdə istehsalın zərərsiz həcmi istehsalın minimal həcmi artırılması hesabına saxlanması (*başqa şərtlər eyni olduqda*) mümkündür.

CVP – təhlil aparılarkən təhlilin nəticələrinin dəqiqliyi və etibarlığını məhdudlaşdıran bir sıra şərti ehtimallara yol verilir: istehsalın həcmi satışın həcmi bərabərdir; satılan əmtəə vahidinin qiyməti, həmçinin dəyişən və sabit xərclərin payı dəyişilməz qalır; yeganə məmulat növü istehsal olunur və s.

3. MAYA DƏYƏRİNİN KALKULYASIYA EDİLMƏSİ METODLARI

Əmtəənin qiyməti müəyyən olunarkən maya dəyərinin kalkulyasiya edilməsi metodları istehsal xərclərinə ənənəvi meyli və müəyyən dərəcədə bazar-

da yaranan tələbi ifadə edirlər. Dünya praktikasısı maya dəyərinin kalkulyasiya olunmasının iki əsas metodundan istifadə edir:

- 1) tam xərclər metodu;
- 2) hədd xərcləri metodu.

Tam xərclər metodu. Bu metodun mahiyyəti sabit və dəyişən məsrəflərin toplanması və onlara normativ mənfəət miqdarında əlavəni ifadə edir.

Tam xərclər metodu bir sıra aşkar üstünlüklərə malik olduğuna görə Azərbaycan istehsalçıları üçün də daha xarakterikdir, yəni:

- a) bütün məsrəflərin, onların əmələ gəlməsi xarakterindən asılı olmayaraq tam ödənilməsi təmin olunur;
- b) mövcud bazar şəraitində maksimal mümkün mənfəətin əldə edilməsinə imkan yaradır.

Bunlardan başqa, maya dəyərinin kalkulyasiya edilməsinin mövcud olan praktikasısı da bu metodun yayılmasına kömək edir.

Tam xərclər metodunun sxemi ümumi formada aşağıdakı şərti misalla təsvir oluna bilər:

	M ə m u l a t l a r		
	A	B	C
Məhsul vahidinə dəyişən xərclər cəmi	480	345	460
O cümlədən:			
Xammal və materiallar	240	165	205
Əsas istehsal fəhlələrinin əmək haqqı	195	145	140
Sair dəyişən xərclər	45	35	115
Sabit xərclər	190	310	350
Tam məsrəflər	670	655	810
Mənfəət	100	60	70
Rentabellik (<i>maya dəyərinə</i>)	15%	9%	8,5%
Məmulatın qiyməti (<i>satış pulu</i>)	770	715	880

Misaldan görüldüyü kimi, *A* məmulatı daha çox, *C* məmulatı isə daha az rentabellidir. Lakin bu üç məmulatın rentabelliklərindəki fərqlərin (15%, 9% və 8,5%) səbəbləri misaldan görünür. Qiymətin əmələ gəlməsində tam xərclər metodundan istifadə edərkən onun bir sıra qüsurları meydana çıxır:

- əvvələn, o, məsrəflərin azaldılması ehtiyatlarının aşkara çıxarılmasına imkan vermir ki, nəticədə də məhsulun maya dəyərinin aşağı salınmasına maraqlı zəif təzahür edir;

- ikincisi, qiymətə təsir göstərən amillərin uçuğu çətinləşir, buna görə də, əmtəənin rəqabət qabiliyyətliyi azalır;

- üçüncüsü, tələbin səviyyəsi ilə çox zəif əlaqə müşahidə olunur, buna görə də, bazar münasibətləri tam istisna edilir.

Xərclərin kalkulyasiya edilməsinin dəqiqliyini xeyli artıran üsul, qiymətin əmələ gəlməsinin Qərb praktikasında “*standart - kost*” adı altında geniş yayılmış *normativ məsrəflər metodudur*. Tam xərclər metoduna xas olan bir çox qüsurlar bu metodda aradan qaldırılmışdır.

Normativ məsrəflər metodu istehsal olunan məhsul vahidi hesab ilə normativ məsrəf xərclərinin (*hər bir vahid üçün sərf olunan vəsaitin miqdarı*) bütün elementləri üzrə müəyyən olunmasını nəzərdə tutur.

Normativ məsrəflər hər hansı bir dövr ərzində lazımi iş şəraitini və ətraf mühit tam şəkildə nəzərə alan, istehsalın optimal metodlarından istifadə etməklə istehsal olunan məhsul vahidinə əvvəlcədən müəyyən edilmiş məsrəflərdir. Faktiki məsrəflər bu normativlərlə müqayisə olunur, baş verən kənarlaşmalar isə istehsaldakı nöqsan və pozuntuların aşkara çıxarılması və onların aradan qaldırılması barədə tədbirlər görülməsi üçün təhlil edilir.

Normativ məsrəflər metodunun üstünlükləri aşağıdakılardan ibarətdir:

- 1) normativ məsrəflər hər hansı bir məhsulun istehsalında müəyyən səmərəli məsrəfləri göstərir və həmişə faktiki məsrəflərin müqayisə oluna biləcəyi meyar sayılır;

- 2) firmanın rəhbərliyi öz diqqətini normativ məsrəflərdən kənarlaşmalara yönəldir;

- 3) hesablama işlərinin həcmi azalır, daha çox həcmdə faydalı informasiya əldə etməyə imkan yaranır;

- 4) məsrəflərin özlərinə nəzarət yüngülləşir.

Əvvəlki rəqəmləri saxlamaqla şərti misal əsasında iki metodu müqayisə edək.

Normativ metodla məsrəflərin uçuğu istehsal xərclərinə təsir göstərən bütün amilləri təhlil etməyə imkan verir.

	M ə m u l a t l a r					
	A		B		C	
	stan- dart	kənar- laşma*	stan- dart	kənar- laşma*	stan- dart	kənar- laşma*
Məhsul vahidinə dəyişən xərclər, cəmi	500		350		430	
O cümlədən: Xammal və materiallar	250	+10	150	-15	200	-5
Əsas istehsal fəhlələrinin əmək haqqı	200	+5	150	+5	130	-10
Sair dəyişən xərclər	50	+5	50	+15	100	-15
Sabit xərclər	200	+10	300	-10	370	+20
Məsrəflərin cəmi	700	+30	650	-5	800	-10
Mənfəət	70	+30	65	-5	80	-10
Məmulatın qiyməti (<i>satış pulu</i>)	770		715		880	

***"+” mənfəət (qənaət); “-” zərər (artıq xərcləmə)**

Məsələn, bizim misalda *A* məmulatının istehsalına sərf olunan xammal və materialın qiyməti 5% artmış, eyni zamanda xammal və material məsrəfləri normasının 8,5% azalması baş vermişdir. Qiymətin yüksəlməsi xammal və material məsrəflərini artırmış $\left(250 + \frac{250 \times 5}{100} = 263\right)$ və normaya nisbətən vəsaitlərin artıq işlədilməsi $-13(263-250)$ təşkil etmişdir. Xammal və material məsrəfləri normasının azalması nəticəsində xərclər azalmış: $263 + \frac{263 \times 8,5}{100} = 240$, qənaət isə $+23$ -ə $(263-240)$ bərabər olmuşdur. Beləliklə, xammal və materialların qiymətlərini və normalarını özündə əks etdirən faktiki məsrəflərin normativdən kənarlaşması “+10” ($+23$ və -13 *kənarlaşmalarının cəbri yekunu*) qənaət vermişdir.

Məsrəflərin mütərəqqi standartlarına əsaslanan qiymətin əmələ gəlməsi müəssisənin fərdi xərclərinin ideal xərclərə yaxınlaşmasına kömək edir, onları maya dəyərinin aşağı salınmasına istiqamətləndirir ki, bu da kəskin rəqabət şəraitində strateji baxımdan çox vacibdir.

Lakin məsrəf standartlarının müəyyən edilməsi çox mürəkkəb bir işdir. Müəssisədə iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış standartların müəyyən olunması üçün rəqiblərin oxşar məhsullarının texniki xüsusiyyətlərini və qiymətini təhlil etmək, dünya bazarında həmin əmtəyə irəli sürülən tələbləri ətraflı öyrənmək lazımdır. Bu yolla müəyyən olunan standartlar müəssisənin istehsal planı, onun istehsalının miqyası ilə əlaqələndirilməlidir.

Məsrəflərin uçotu və azaldılmış məsrəflər əsasında qiymətin müəyyən olunması metodu Qərbi ölkələrində geniş yayılmışdır. Bu metod ilk dəfə olaraq Amerika firmalarında tətbiq olunmağa başlanmış və “*direkt - kostinq*”, yaxud da müstəqim məsrəflərə görə kalkulyasiya edilməsi adını almışdır. Bu metoda əsasən dolayı məsrəflər maliyyə nəticələri hesabına yazılır və firmanın ümumi mənfəətini azaldır.

Avropada azaldılmış məsrəflərə görə kalkulyasiya edilməsi “*marjinal kostinq*” metodu adını almışdır ki, o da artım məsrəflərini (*istehsal artdıqda hər sonrakı məhsul vahidinə əlavə məsrəflər və yaxud istehsal bir məmulat azaldıqda məsrəflərin aşağı düşməsi*) göstərir. Başqa sözlə, marjinal kostinq istehsalın həcmnin dəyişilməsinin məsrəflərin dəyişilməsinə təsirini təhlil edir, yəni dəyişən məsrəflər üzrə kalkulyasiyanı nəzərdə tutur.

Praktikada hər iki metod qarşılıqlı əvəzlənir və eyni məsrəflər siyahısını əhatə edirlər. Buna görə də azaldılmış məsrəflər üzrə kalkulyasiya edilərkən metoddan asılı olmayaraq bütün dəyişən və sabit müstəqim xərclər nəzərə alınır.

Hədd (marjinal) xərcləri metodundan istifadə daha rentabelli məhsul növünü aşkara çıxarmağa imkan verir. Məsələn, bizim misalda *B* və *C* məmulatları məsrəflər digər metodlarla kalkulyasiya edilərkən daha mənfəətli olan *A* məmulatına nisbətən daha yüksək rentabelliyyə malikdirlər. *B* və *C* məmulatları müəssisənin ümumi mənfəətinə böyük töhfə verirlər. Beləliklə, bazar şəraitində sahibkar istehsal proqramını buraxılışı zərərli başa gələn məhsulu daha mənfəətli məhsulla əvəz etməklə dəyişdirə bilər.

Misalımızın məlumatlarına əsasən qeyd etmək olar ki, sabit məsrəflər konkret məmulatlar üzrə bölüşdürülmür və bütövlükdə müəssisənin ümumi mənfəəti hesabına ödənilir. Belə ki, üç məmulat üzrə ümumi mənfəət: $290+370+420=1080$ -ə bərabərdir. Sabit xərclər isə aşağıdakı kimi hesablanır:

$190+310+350=850$. Buradan da müəssisənin xalis mənfəəti: $1080-850=230$ təşkil edir.

	M ə m u l a t l a r		
	A	B	C
Məmulatın qiyməti (<i>satış pulu</i>)	770	715	880
Xammal və materiallar	240	165	205
Əsas istehsal fəhlələrinin əmək haqqı	195	145	140
Sair dəyişən məsrəflər	45	35	115
Azaldılmış məsrəflərin cəmi	480	345	460
Ödənmə (<i>ümumi mənfəət</i>)	290	370	420
Rentabellik (<i>ümumi mənfəətin azaldılmış məsrəflərə</i>)	60%	107%	91%

Deməli, marjinal xərclər metodunun köməyi ilə istehsal güclərinin yüklənməsinin müəssisənin maksimal mənfəətə nail olmasını təmin edən variantını tapmaq olar.

Marjinal məsrəflər sistemindən çoxsaylı məsələlərin həlli, məsələn, qısa müddətli satışların minimal qiymətinin müəyyən olunması, müxtəlif texnologiyaların seçilməsi, əlavə kapital qoyuluşlarının zəruriliyinin əsaslandırılması və nəticələrinin qiymətləndirilməsi, istehsalın həcmünün dəyişdirilməsinin gəlirə təsirini müəyyən etmək və s. üçün istifadə oluna bilər.

Seminar sualları:

- 1.Mühasibat və sahibkar xərcləri
- 2.Alternativ xərclər
- 3.Sabit və dəyişən xərclər
- 4.Orta və ümumi orta xərclər
- 5.Marjinal xərclər
- 6.CVP təhlil
- 7.Tam xərclər metodu
- 8.Normativ məsrəflər metodu
- 9.Maya dəyərini kalkulyasiya edilməsi metodları