

DOI: <https://doi.org/10.36719/2663-4619/114/115-126>

Laçın Kamilov

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

magistrant

<https://orcid.org/0009-0001-4867-0623>

kamilovlachin@gmail.com

Biznes qərarlarının əsaslandırılmasında hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodunun tətbiqi

Xülasə

Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodu – şirkətin mənfəət əldə etməsinə kömək edən bir metod kimi, məhsulun istehsalı və xidmətin göstərilməsi zamanı, xərclərin maksimum icazə verilən səviyyəsini müəyyənləşdirir. Bu metod bazar qiymətinin təhlili ilə başlayır, yəni hədəf segmenti üçün qəbul edilə bilən qiymət təyin edilir və bu, xərclərin hesablanması üçün əsasını təşkil edir. Məhsul inkişafının erkən mərhələlərində maliyyə üzrə mütəxəssislərin iştirakı ilə xərclərin optimallaşdırılması həyata keçirilir. Bu prosesdə “marketing mövqeləndirilməsi”, “SWOT təhlili”, “rəqabət mühitinin təhlili”, “zərərsizlik nöqtəsinin hesablanması” kimi anlayışlar və həmçinin “həyat dövrü xərcləri” ilə “maliyyə səmərəliliyi” konsepsiyaları istifadə olunur. Bu yanaşma məhsulun həyat dövrünün bütün mərhələlərində xərclərin nəzarətini təmin edir, tələb olunan rentabelliği qoruyur və proseslərin optimallaşdırılması, texnologiyaların təkmilləşdirilməsi istiqamətində əsaslı biznes qərarlarının qəbuluna şərait yaradır. Lakin, metodun uğurlu tətbiqi üçün bazar şəraitinin dəqiq proqnozlaşdırılması, əsas performans göstəricilərin (KPI) təhlili və bütün maraqlı tərəflərin aktiv iştirakı tələb olunur ki, bu da yüksək qeyri-müəyyənlik şəraitində çətinlik yarada bilər. Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodu bir neçə mərhələdən ibarətdir: hədəf qiymətin müəyyən edilməsi üçün bazar analizi, mənfəətin hesablanması, icazə verilən maya dəyərinin təyin edilməsi, məhsulun optimizasiyası və xərclərə nəzarət. Bu metod rəqabət qabiliyyətini artırır, resursların idarə edilməsini yaxşılaşdırır, lakin detallı təhlil tələb etdiyi üçün xərcləri artırır.

Açar sözlər: *hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodu, mənfəət, marketing, xərclər, məhsul*

Lachin Kamilov

Azerbaijan State University of Economics

Master student

<https://orcid.org/0009-0001-4867-0623>

kamilovlachin@gmail.com

Application of the Cost Method Based on Target Indicator In Justifying Business Decisions

Abstract

Target costing is a method that helps a company achieve the desired profit by determining the maximum allowable cost for producing a product or delivering a service. The method starts with analyzing the market price, establishing an acceptable price for the target segment, which serves as the basis for cost calculations. In the early stages of product development, specialists from marketing, production, and finance are involved to collaboratively optimize costs. In this process, concepts such as "marketing positioning," "SWOT analysis," "competitive environment analysis," are used, as well as the concepts of "lifecycle cost" and "financial efficiency." This approach helps control expenses at all stages of the product lifecycle, maintain the required profitability, and make sound business decisions aimed at optimizing processes and improving technologies. However, the

successful application of the method requires accurately forecasting market conditions, analyzing key performance indicators (KPIs), and ensuring active participation from all stakeholders, which can be challenging in conditions of high uncertainty. The target costing process includes several stages: market analysis to determine the target price, profit calculation, establishing allowable cost, product optimization, and cost control. This method enhances competitiveness, improves resource management, but requires detailed analysis, which increases expenses.

Keywords: Cost method based on target indicator, profit, marketing, expenses, product

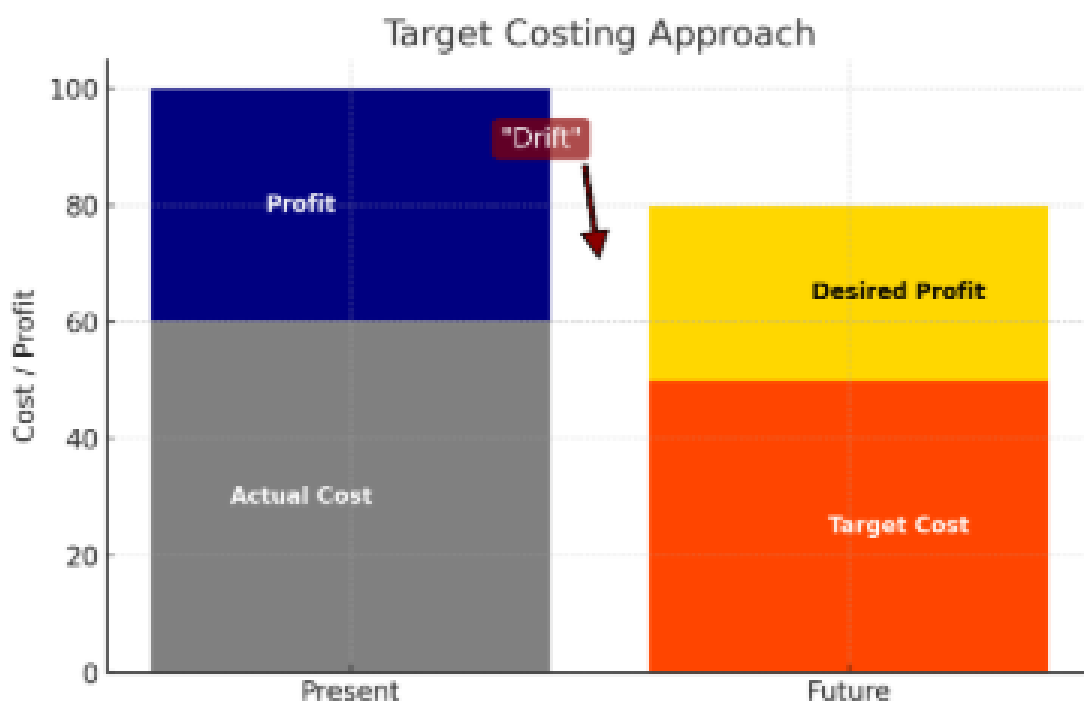
Giriş

Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodu şirkətlərə bazar tələbləri və rəqabət şəraitini nəzərə alaraq məhsulu inkişaf etdirməyə imkan verən strateji xərclərin idarə olunması alətidir. Bu metodun əsas məqsədi, müəyyən edilmiş bazar qiymətində zəruri gəlirlilik səviyyəsini təmin edən gəlir hədəfinə nail olmaqdır. Bu yanaşma avtomobilqayırma, elektronika və məişət texnikası istehsalı kimi yüksək rəqabətli və məhsulun həyat dövrünün ilkin mərhələlərində xərclər nəzarətinin vacib olduğu müxtəlif sənaye sahələrində geniş tətbiq olunur.

Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodunun əsas prinsiplərindən biri bazar və müştərilərə yönəlik olmasıdır. Ənənəvi məhsul dəyərinin hesablanması metodlarından fərqli olaraq, hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodunda xərclərin hesablanması daxili istehsal xərclərinin təhlilindən deyil, bazar qiymətinin araşdırılmasından başlayır. Şirkət əvvəlcə, istehlakçıların məhsullar üçün nə qədər ödəməyə hazır olduqlarını qiymətləndirir və daha sonra icazə verilən xərclər səviyyəsini müəyyənləşdirir. Belə yanaşma, məhsulun yalnız müştərilərin gözləntilərinə cavab verməsini deyil, həm də bazarda rəqabət qabiliyyətinin qorumasını təmin edir (Temirgalieva, Satalkina, 2018).

Digər vacib prinsip hədəflənən gəlirin müəyyən edilməsidir. İstehsalın planlaşdırılması prosesində şirkət təmin edilməli gəlirlilik səviyyəsini müəyyən edir. Bu, məhsulun marjinal qazanclarının layihələndirmə mərhələsində nəzərə alınması deməkdir və sonrakı addımlar xərclərin optimallaşdırılmasına yönəldilir ki, müəyyən edilmiş maliyyə göstəricilərinə nail olunsun. Beləliklə, hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodu, xüsusilə qeyri-sabit bazar şəraitində və yüksək rəqabət mövcudluğunda, gəlirliliyin strateji idarə olunmasına töhfə verir (Smirnova, 2014, p. 2-8).

Şəkil 1. Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodunun yanaşması



Başqa bir əsas prinsip xərclərin optimallaşdırılmasıdır. Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodu çərçivəsində layihələndirmədən material seçiminə, istehsalın təşkili və logistikaya qədər bütün proseslər məhsul keyfiyyətinə zərər vermədən xərclərin azaldılmasına yönəlib. Bu, innovativ texnologiyaların tətbiqi, resursların daha səmərəli istifadəsi və satınalmaların və təchizat zəncirinin edarəedilməsi integrasiya vasitəsilə əldə edilir. Qeyd etmək lazımdır ki, xərclərin azaldılması məhsulun istehlakçı xüsusiyyətlərinə mənfi təsir göstərməməlidir, çünki hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodunun əsas vəzifəsi müştəri üçün mümkün qədər aşağı xərclərlə dəyər yaratmaqdır (Karpova, 2016, p. 90-98).

Cədvəl 1. Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodunun əsas elementləri.

Mərhələ	Təsvir
Hədəf qiymətin müəyyən edilməsi (Target Price)	Məhsulun bazar qiyməti müəyyən edilir.
Hədəflənən mənfəətin müəyyən edilməsi (Target Profit)	Şirkətin strateji hədəflərinə əsasən arzu olunan mənfəət səviyyəsi təyin edilir.
Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodunun hesablanması (Target Cost)	Hədəflənən qiymətlə hədəflənən mənfəət arasındakı fərq kimi hesablanır.
Cari istehsal dəyərinin təhlili	Faktiki maya dəyəri mövcud xərclər əsasında müəyyən edilir.
Xərclərin azaldılması tədbirlərinin hazırlanması	Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metoduna çatmaq üçün xərclərin azaldılması siyasəti hazırlanır.

Ənənəvi hesablama metodlarına əsasən istehsal mərhələsinə diqqət yetirərkən, hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodu məhsulun hesablamasında inkişaf, istehsal, istifadə və hətta istifadədən çıxarılması daxil olmaqla bütün mərhələləri əhatə edir. Belə yanaşma, uzunmüddətli xərclərin nəzərə alınmasını və materialların, texnologiyaların və layihə qərarlarının optimal seçimi vasitəsilə onların azaldılmasını təmin edir. Nəticədə, şirkətlər yalnız istehsal mərhələsində maya dəyərini azaltmaqla kifayətlənmir, həm də gələcəkdə yaranacaq istismar xərclərini minimuma endirə bilirlər ki, bu da avtomobillər, məişət texnikası və elektronika kimi mürəkkəb texniki məhsullar üçün xüsusilə aktualdır.

Beləliklə, hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodu yalnız maya dəyərinin hesablama metodu deyil, strateji planlaşdırma və resursların optimallaşdırılmasına əsaslanan kompleks xərclərin idarə olunması sistemidir. Onun tətbiqi şirkətlərə yüksək rəqabət qabiliyyətinə nail olmağa, davamlı gəlirliliyi təmin etməyə və dəyişən bazar şəraitinə uyğunlaşmağa imkan yaradır (Plaskova, 2016, p. 50-57).

Tədqiqat

Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodunun məhsulun maya dəyərinin idarə olunmasında bazar qiyməti və hədəflənən mənfəət əsasında tətbiq olunan strateji yanaşmadır. Ənənəvi metoddan fərqli olaraq, burada ilkin olaraq istehlakçılar üçün qəbul edilə bilən qiymət müəyyən edilir, daha sonra həmin qiymətdən hədəflənən mənfəət çıxılır. Qalan məbləğ müəssisənin xərclərini optimallaşdırmaqla çatdırmalı olduğu maksimal icazə verilən maya dəyəri kimi qəbul edilir. Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodunun tənliyi aşağıdakı kimidir: [Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri = Bazar qiyməti – Hədəflənən mənfəət].

Burada, “Bazar qiyməti” – marketinq tədqiqatları və rəqabət təhlili əsasında müəyyən olunan qiymətdir; “Hədəflənən mənfəət” – maliyyə sabitliyini təmin edən və investisiya xərclərini ödəyən arzu olunan rentabellik göstəricisidir; hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyərinin tətbiqi xüsusilə aqro-sənaye müəssisələri üçün aktualdır, çünki bu yanaşma mövsümi qiymət dəyişikliklərini, xammalın dəyərini, nəqliyyat və məhsulun emal xərclərini nəzərə almağa imkan verir.

Məsələn, “OOO Maslozavod “Kristall” şirkəti innovativ qida fosfolipidlərinin istehsalı texnologiyasını tətbiq edərkən, hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyərinin hesablanması aşağıdakı kimi aparılır. Əsas məlumatlar növbəti kimi verilib.

Cədvəl 2. Verilənlər.

Məlumat	Dəyər
Planlaşdırılan bazar qiyməti	120 rubl/vahid
Hədəflənən mənfəət nisbəti	30%
Proqnozlaşdırılan satış həcmi	6000 vahid
Proqnozlaşdırılan maya dəyəri	720 000 rubl

Hesablamalar

- Bir vahid məhsul üçün hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyərinin hesablanması
- Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri $= 120 - (120 \times 30\%) = 120 - 36 = 84$ rubl.
- Ümumi proqnozlaşdırılan satış həcmi üçün hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyərinin hesablanması: $84 \text{ rubl.} \times 6000 = 504\,000$ rubl.
- Smeta maya dəyəri ilə hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri arasındakı fərq: $720\,000 - 504\,000 = 216\,000$ rubl.

Bu 216 000 rubl fərq xərclərin optimallaşdırılmasının vacibliyini göstərir. Əks halda, müəssisə rentabelliyyənin azalması və ya zərərin yaranması riski ilə üzləşə bilər (Loseva, 2020, p. 5-10; Loseva, 2017, p. 29-37).

“Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri” sistemi üzrə maya dəyərinin hesablanma mərhələləri

Aparılmış marketing tədqiqatlarına əsasən, smartfonun əsas bazar qiyməti 1000 USD müəyyən edilmişdir. Bu göstərici bazardakı cari vəziyyəti əks etdirir və istehlakçıların yeni məhsulun dəyəri ilə bağlı ilkin gözləntilərini formalaşdırır. Sözügedən qiymət sonrakı hesablamalar üçün əsas başlanğıc nöqtəsi rolunu oynayır, çünki məhz bu göstərici maya dəyərinin formalaşdırılması siyasətini, gözlənilən mənfəət normasını və cihazın dizayn və istehsalı zamanı nəzərə alınmalı olan xərclərin səviyyəsini müəyyənləşdirir. Bundan əlavə, marketing analizi satış həcmi 100 000 ədəd olacağını proqnozlaşdırmağa imkan vermişdir. Bu proqnoz potensial tələbi qiymətləndirməyə, şirkətin mümkün gəlirlərini müəyyənləşdirməyə və istehsalın planlaşdırılması, komponentlərin alınması və marketing strategiyasının işlənilib hazırlanması mərhələsində daha dəqiq qərarlar qəbul etməyə şərait yaradır. Beləliklə, bazar qiyməti və proqnozlaşdırılan satış həcmi vəhdəti, hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyərinin tətbiqi və xərclərin optimallaşdırılması üçün əsas yaradır ki, bu da məhsulun tələb olunan mənfəətlilik səviyyəsinə və rəqabət qabiliyyətinə nail olmağa imkan verir.

Cədvəl 3. Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri üçün SWOT təhlilinin aparılması.

Güclü tərəflər - Rəqabətqabiliyyətli qiymətlərin müəyyən edilməsinə imkan yaradır - Keyfiyyəti itirmədən xərclərin azaldılmasına fokuslanır	Zəif tərəflər - Xərclərin dəqiq proqnozlaşdırılmasını tələb edir - Həddindən artıq qənaət keyfiyyətin aşağı düşməsinə səbəb ola bilər - Standart olmayan və ya premium məhsullar üçün hər zaman uyğun olmaya bilər - Təhlil və tətbiq üçün yüksək xərclər tələb edir
---	--

İmkanlar	Təhlükələr
- Təchizat zəncirinin və istehsal proseslərinin optimallaşdırılması - Xərclərin təhlili üçün rəqəmsal texnologiyalardan istifadə - Dəyişikliklərə çevik reaksiya vermək üçün çevik istehsalın inkişafı - Rəqabətqabiliyyətli qiymət sayəsində yeni bazarlara çıxış imkanı	- Rəqiblər daha tez uyğunlaşıb qiymətləri aşağı sala bilərlər - Xərclərin düzgün qiymətləndirilməməsi itkilərə səbəb ola bilər - Material və logistika xərclərinin artması - Ənənəvi biznes modellərinin hədəf xərcləmə sisteminə uyğunlaşdırılmasında çətinliklər

Funksional və keyfiyyət tələblərinin dəqiqləşdirilməsi (SWOT analizi) şirkətlər üçün zəruridir. Hədəf auditoriya arasında aparılmış sorğu nəticəsində smartfonun əsas funksiyalarının əhəmiyyətlik dərəcəsi müəyyən edilib (Scribd):

Cədvəl 4. Verilənlər.

Xüsusiyyətlər	Faiz (%)
Ekran	30%
Performans (prosessor və yaddaş)	25%
Batareya	20%
Korpus	15%
Əlavə funksiyalar (kamera, dizayn və s.)	10%

Bu göstəricilər istehlakçılar üçün vacib olan funksiyalar əsasında mümkün maya dəyərinin bölüşdürülməsinə imkan yaradır.

Hədəflənən **mənfəətin müəyyən edilməsi və icazə verilən maya dəyərinin hesablanması növbəti abzasda analiz ediləcək.**

Hədəflənən mənfəət hər bir vahid üçün 150 USD səviyyəsində müəyyən edilmişdir (investisiya xərcləri, sahibkarların gözləntiləri və gəlirlilik tələbləri nəzərə alınmaqla). Bu halda, icazə verilən maya dəyəri aşağıdakı düstur əsasında hesablanır:

İcazə verilən maya dəyəri = Bazar qiyməti – Hədəflənən mənfəət = 1000 USD – 150 USD = 850 USD (Friedrichsen, Zarea, Taebi, Asadi, 2017, pp. 45-72)

Analiz

Funksional dekompozisiya və icazə verilən maya dəyərinin bölgüsü hədəflənən göstəriciyə əsaslanan maya dəyərinin bir hissəsidir.

Funksiyaların əhəmiyyətlik dərəcəsinə əsasən, 850 USD-lik icazə verilən maya dəyəri aşağıdakı kimi bölüşdürülür:

Ekran (30%) = $0.30 \times 850 \text{ USD} = 255 \text{ USD}$

Performans (prosessor və yaddaş) (25%) = $0.25 \times 850 \text{ USD} = 212.5 \text{ USD}$

Batareya (20%) = $0.20 \times 850 \text{ USD} = 170 \text{ USD}$

Korpus (15%) = $0.15 \times 850 \text{ USD} = 127.5 \text{ USD}$

Əlavə funksiyalar (10%) = $0.10 \times 850 \text{ USD} = 85 \text{ USD}$

Məhsulun hazırlanması, drifting xərclərinin qiymətləndirilməsi və “istehsal etmək yoxsa almaq” analizi nümunə ilə analiz olunub. Smartfonun prototipinin hazırlanması zamanı komponentlər üzrə faktiki (drifting) xərclərin hesablanması aparılmışdır:

Cədvəl 5. Verilənlər.

Xüsusiyyətlər	Qiymət (USD)	Faiz (%)
Ekran	270	30%
Performans (prosessor və yaddaş)	210	25%
Batareya	180	20%
Korpus	130	15%
Əlavə funksiyalar (kamera, dizayn və s.)	90	10%
Ümumi dəyər	900	100%

$$\text{Ümumi drifting xərcləri} = 270 + 210 + 180 + 130 + 90 = \mathbf{880 \text{ USD}}$$

İcazə verilən maya dəyəri ilə müqayisə zamanı xərclərin aşılması müəyyən edilmişdir:

$$\mathbf{880 \text{ USD} - 850 \text{ USD} = 30 \text{ USD}} \text{ (təxminən } \mathbf{3,5\%} \text{ artıq xərc).}$$

Bu mərhələdə **istehsal və ya satınalma** analizi də aparılır ki, bu da hansı komponentlərin müəssisə daxilində istehsal edilməsinin, hansılarının isə tədarükçülərdən alınmasının daha sərfəli olduğunu müəyyən etməyə kömək edir.

Funksiyaların icrası üçün xərclərin qiymətləndirilməsi və icazə verilən xərclərlə müqayisəsi də yerinə yetirilir. Hər bir funksiya üçün hədəf **xərçi indeksi** hesablanır, bu indeks **icazə verilən xərclərin drifting (faktiki) xərclərə nisbətini** göstərir.

Ekran

$$\text{İndeks} = \mathbf{255 \text{ USD} / 270 \text{ USD} \approx 0.944}$$

Performans (prosessor və yaddaş)

$$\text{İndeks} = \mathbf{212.5 \text{ USD} / 210 \text{ USD} \approx 1.012}$$

Batareya

$$\text{İndeks} = \mathbf{170 \text{ USD} / 180 \text{ USD} \approx 0.944}$$

Korpus

$$\text{İndeks} = \mathbf{127.5 \text{ USD} / 130 \text{ USD} \approx 0.981}$$

Əlavə funksiyalar

$$\text{İndeks} = \mathbf{85 \text{ USD} / 90 \text{ USD} \approx 0.944}$$

$$\text{Ümumi hədəf xərçi indeksi} = \mathbf{850 \text{ USD} / 880 \text{ USD} \approx 0.966}$$

İndeks dəyəri **1-dən aşağı olan komponentlər (xüsusilə ekran, batareya və əlavə funksiyalar)** həmin sahələrdə xərclərin optimallaşdırılmasının vacibliyini göstərir. Bu, ya daha sərfəli alternativ tədarükçülərin tapılması, ya da istehsal proseslərinin təkmilləşdirilməsi ilə həyata keçirilə bilər.

Hesablamalar əsasında belə bir nəticəyə gələ bilərik ki, məhsulun tənzimlənməsi və yenidən layihələndirilməsi zəruridir. Smartfonun maya dəyərini, məhsul keyfiyyətini və rəqabət qabiliyyətini itirmədən azaltmaq üçün bir neçə konkret tədbir görmək olar (Əmiraslanova, 2019, p. 9-30).

Ən bahalı komponentlərdən biri ekrandır, hazırda onun dəyəri 270 USD təşkil edir. Bu xərci azaltmaq üçün tədarükçülərlə danışıqlar aparmaq və ya yeni istehsalçılar tapmaq mümkündür ki, bu da qiyməti 260 USD-ə qədər endirə bilər. Bu yanaşma, ekranın yüksək keyfiyyətini qoruyaraq ümumi xərcləri azaltmağa kömək edəcəkdir.

Başqa bir əsas xərclərdən biri batareyadır, onun hazırkı qiyməti 180 USD-dir. Bu dəyəri 175 USD-ə endirmək üçün daha sərfəli tədarük şərtlərini nəzərdən keçirmək, yeni tədarükçülər tapmaq və ya istehsal texnologiyalarını təkmilləşdirmək mümkündür.

Smartfonun əlavə funksiyalarını da optimallaşdırmaq mümkündür. Bəzi funksiyalar daha səmərəli şəkildə həyata keçirilə bilər, əsas xüsusiyyətləri qoruyaraq daha az xərc tələb edə bilər. Komponentlərin və onların integrasiya üsullarının yenidən nəzərdən keçirilməsi 90 USD olan xərci 85 USD-ə endirməyə kömək edəcəkdir.

Bu dəyişikliklər istehsal xərclərini azaltmağa, smartfonun qiymətini daha çevik etməyə və onu alıcılar üçün daha cəlbədar etməyə imkan verəcəkdir. Maya dəyərinin düzgün idarə edilməsi, xərclərlə bazar gözləntiləri arasında tarazlığı qoruyaraq cihazın iqtisadi səmərəliliyini artıracaqdır.

Cədvəl 6. Verilənlər.

Xüsusiyyətlər	Qiymət (USD)
Ekran	260
Performans (prosessor və yaddaş)	210
Batareya	175
Korpus	130
Əlavə funksiyalar (kamera, dizayn və s.)	85
Ümumi dəyər	860

$$\text{Yeni ümumi maya dəyəri} = 260 + 210 + 175 + 130 + 85 = \mathbf{860 \text{ USD}}$$

Bu halda, **860 USD**-lik faktiki maya dəyəri hələ də **850 USD** olan icazə verilən xərci **10 USD** aşır. Buna görə də, **istehsal proseslərinin əlavə təhlili** aparıla bilər və ya **Kaizen xərcləməsi** prinsipləri tətbiq edilə bilər. Bu metodlar istehsal müddətində xərcləri davamlı azaltmağa və daha səmərəli həllər tapmağa imkan verir (Mühasibat.az).

Optimallaşdırma tədbirləri tamamlandıqdan sonra **son maya dəyəri səviyyəsi** – hədəflənən **xərclər** müəyyən edilir. Bu xərclər smartfonun istehsalı üçün çatılması vacib olan maliyyə hədəfləridir.

İstehsalat bölmələri lazımi **texnoloji təlimatları və normativləri** alır, eyni zamanda xərclərə **davamlı nəzarət** mexanizmi təşkil edilir. Bu yanaşma, istehsal prosesindəki mümkün səpmələrə vaxtında reaksiya verməyə və planlaşdırılmış maya dəyəri səviyyəsinə nail olmağa imkan yaradır.

Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodunun biznes qərarlarında tətbiqi

Biznes qərarlarının qəbulunda **Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri** aşağıdakı məsələlərin həllinə kömək edir:

- **Qiymətdəyişmə siyasətinin müəyyən edilməsi** – məhsulun qiymətini istehlakçı gözləntilərinə uyğun olaraq tənzimləmək.

- **Xərclərin azaldılmasına diqqət yetirilməsi** – istehsal prosesində ən çox xərc tələb edən sahələri müəyyən edərək optimallaşdırmaq.

- **Keyfiyyətin idarə edilməsi** – məhsulun dəyəri və funksionallığı arasında optimal balans yaratmaq.

Məncərlər **mühasibat uçotu məlumatlarından** istifadə edərək hansı xərclərin azaldıla biləcəyini və bunun məhsulun istehlakçı üçün dəyərinə təsir etməyəcəyini təhlil edə bilərlər. Beləliklə, **hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri** xərclərə nəzarət etməklə yanaşı, **biznesin bazar şərtlərinə uyğun istiqamətləndirilməsi üçün strateji planlaşdırma aləti** rolunu oynayır (Corporate Finance Institute).

Hesablamalarla praktiki nümunə

İlkin məlumatlara nəzər salaq. Tutaq ki, şirkət yeni bir məhsul (məsələn, məişət cihazı) istehsal etməyi planlaşdırır və onun bazar qiyməti **1 000 rubl** təşkil edir. Gözlənilən mənfəət norması satış qiymətinin **20%-i** səviyyəsində müəyyən edilib.

1. Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyərinin müəyyən edilməsi

Bazar qiyməti 1 000 rubl

Mənfəət (20%) $1\,000 \times 0.20 = 200$ rubl

Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri $1\,000 - 200 = 800$ rubl

Bu o deməkdir ki, müəyyən olunmuş mənfəət səviyyəsinə nail olmaq üçün **istehsal xərcləri 800 rubldan çox olmamalıdır.**

2. Cari xərclərin analizi

Cari istehsal dəyəri hesablaması aşağıdakı kimidir

Xammal və materiallar 400 rubl

Əməkhaqqı 250 rubl

Avadanlıqların amortizasiyası 80 rubl

Dolay xərclər 120 rubl

Cəmi $= 400 + 250 + 80 + 120 = 850$ rubl

Burada faktiki maya dəyərinin (**850 rubl**), hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyərindən (**800 rubl**) **50 rubl artıq olduğu görünür.**

3. İdarəetmə qərarlarının qəbulu

Xərcləri **50 rubl** azaltmaq üçün menecerlər aşağıdakı tədbirləri görə bilərlər.

- **Tədarükçülərlə danışıqlar aparmaq və xammal qiymətini azaltmaq** (məsələn, **30 rubl** qənaət etmək).

- **İstehsal prosesini optimallaşdırmaq**, dolay xərcləri azaltmaq və ya əmək məhsuldarlığını artırmaqla əməkhaqqı və amortizasiya xərclərini **20 rubl** azaltmaq.

Nümunə kimi daha yüksək qiymətli məhsula nəzər salmaq

Başqa bir nümunəyə baxaq: tutaq ki, məhsulun **bazar qiyməti 20 000 rubl** təşkil edir.

Gözlənilən mənfəət (25%) $= 20\,000 \times 0.25 = 5\,000$ rubl

Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri $= 20\,000 - 5\,000 = 15\,000$ rubl

Cədvəl 7. Cari istehsal dəyəri isə aşağıdakı kimi bölünür.

Xərc Kategoriyası	Məbləğ (rubl)
Xammal və materiallar	9 000
Əməkhaqqı	3 500
Amortizasiya və dolay xərclər	3 000
Ümumi dəyər	15 500

Cəmi $9\,000 + 3\,500 + 3\,000 = 15\,500$ rubl

Burada **500 rubl artıq xərc** müşahidə olunur.

Bu problemi həll etmək üçün şirkət aşağıdakı tədbirləri görə bilər:

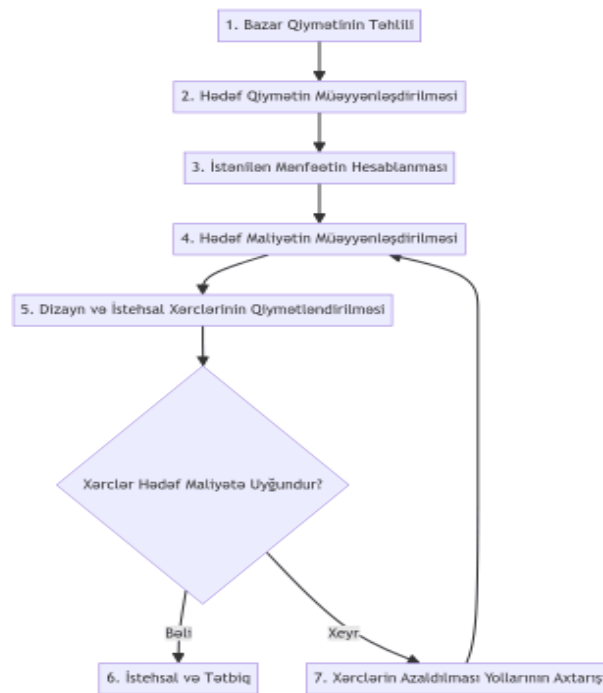
- **Materialların alışı səmərəliliyini artırmaq.**
- **Texnoloji prosesləri yenidən nəzərdən keçirmək və optimallaşdırmaq.**
- **İşçi qüvvəsi xərclərini azaltmaq üçün avtomatlaşdırmanı tətbiq etmək.**

Bu tədbirlər maya dəyərini optimallaşdırmağa və gözlənilən mənfəət səviyyəsinə çatmağa imkan verəcəkdir (Scribd).

Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyərinin tətbiq prosesi xərclərin səmərəli idarə olunmasına və şirkətin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına yönəlmiş bir neçə əsas mərhələdən ibarətdir. İlk növbədə, rəhbərlikdə məhsulun qiymətinin yalnız daxili xərclərlə deyil, bazar şərtləri ilə müəyyən edildiyini anlamaq vacibdir. Bu isə qiymətqoyma yanaşmasının və idarəetmə prioritetlərinin

yenidən nəzərdən keçirilməsini tələb edir. Daha sonra, marketing, istehsal, maliyyə və tədqiqat-inkişaf (R&D) sahələrindən mütəxəssislərin daxil olduğu funksiyalararası bir komanda yaradılır. Bu komandanın əsas vəzifəsi prosesin koordinasiyası, şöbələr arasında qarşılıqlı əlaqənin təmin edilməsi və müəyyən edilmiş hədəflərə nail olunmasına nəzarətdir.

Sxem 1. Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyərinin sisteminin tətbiq prosesi



Növbəti addım şirkətin spesifik xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodologiyasının uyğunlaşdırılmasıdır ki, bu da daxili qaydaların, təlimatların və normativ sənədlərin hazırlanmasını əhatə edir. Daha sonra bazarın dərin təhlili aparılır, istehlakçı tələbləri və xərcləri müəyyən edən amillər qiymətləndirilir, bu da şirkətin bütün bölmələri üçün maya dəyəri üzrə hədəfləri müəyyən etməyə imkan verir. Bunun ardınca istehsalın müxtəlif variantlarını qiymətləndirmək və xərc, keyfiyyət və vaxt baxımından optimal həlləri seçmək üçün xərclər modeli hazırlanır.

İstehsal prosesləri də müəyyən edilmiş hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri göstəricilərinə uyğun olaraq yenidən təşkil edilir, lakin eyni zamanda məhsulun lazımı keyfiyyət səviyyəsi qorunur. Əhəmiyyətli bir mərhələ də şirkətin tədarükçülərlə əməkdaşlığının genişləndirilməsidir, çünki xərclərin azaldılması prosesinə tərəfdaşların cəlb edilməsi, qiymət siyasətinin razılaşdırılması və keyfiyyət standartlarının müəyyən edilməsi xərclərin optimallaşdırılmasına kömək edə bilər. Sonuncu mərhələ dolaylı xərclərin azaldılmasıdır. Buraya idarəetmə proseslərinə daimi nəzarət, büdcə nəzarətinin tətbiqi və qeyri-səmərəli biznes proseslərinin aradan qaldırılması daxildir.

Beləliklə, hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyərinin tətbiqi yalnız xərcləri optimallaşdırmaqla məhdudlaşmır, həm də şirkətin bazar dəyişikliklərinə daha çevik uyğunlaşmasına və uzunmüddətli rəqəbat üstünlüyü qazanmasına şərait yaradır.

Real nümunələr və hesablamalar

Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri həqiqətən necə işlədiyini göstərmək üçün yeni bir **elektron cihaz istehsal edən şirkətin** tətbiq etdiyi bir nümunəni nəzərdən keçirək.

Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri hesablanması bu cür aparılır.1. Bazar qiymətinin və tələb olunan mənfəət marjasını müəyyən edək. Tutaq ki, bazar araşdırması nəticəsində yeni cihazın rəqabətə davamlı qiyməti 100 USD olaraq müəyyən edilmişdir və şirkət **20%-lik mənfəət normasına** nail olmağı hədəfləyir.

- **Bazar qiyməti (P)** 100 USD
- **Gözlənilən mənfəət marjası** 20%

Mənfəət hesablanır:

$$\text{Gözlənilən mənfəət} = 100 \times 20\% = 20 \text{ USD}$$

2. Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyərinin hesablanması (TC)

Bazar qiyməti və tələb olunan mənfəət nəzərə alınaraq hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri aşağıdakı kimi hesablanır:

$$\text{Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri} = P - \text{Gözlənilən mənfəət} = 100 \text{ USD} - 20 \text{ USD} = 80 \text{ USD}$$

Bu o deməkdir ki, **istehsal xərcləri 80 USD-dən çox olmamalıdır**, əks halda, planlaşdırılan mənfəət əldə olunmayacaqdır.

3. **Məhsulun strukturuna əsasən xərclərin bölgüsü.** İndi **80 USD**-lik xərci məhsulun əsas komponentləri arasında bölüşdürmək lazımdır.

4.

Cədvəl 8. Verilənlər.

Xərc Kategoriyası	Məbləğ (USD)
Tədqiqat və inkişaf (R&D)	20
Materiallar və komponentlər	30
İstehsal xərcləri (əmək haqqı, avadanlıqların amortizasiyası)	20
Dolay xərclər (idarəetmə, marketinq, logistika)	10

$$\text{Ümumi məbləğ} = 20 + 30 + 20 + 10 = 80 \text{ USD}$$

Bu bölgü, **hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri ilə tam uyğunluq təşkil edir** və şirkətə bazarda rəqabətə davamlı qiymət təyin edərək gözlənilən mənfəət səviyyəsinə çatmağa imkan verir.

Prosesin analizi və həll yolları

Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri tətbiqi zamanı ilkin hesablamaların həddindən artıq optimist olduğu hallar tez-tez baş verir. Məsələn, əgər məhsulun hazırlanması zamanı materialların dəyəri **35 USD**-ə qədər artarsa, ümumi xərclər belə olacaq:

$$20 \text{ USD (Tədqiqat və inkişaf - R\&D)} + 35 \text{ USD (Materiallar)} + 20 \text{ USD (İstehsal)} + 10 \text{ USD (Dolay xərclər)} = 85 \text{ USD (Study.com)}$$

Bu halda, maya dəyəri müəyyən olunmuş **80 USD**-lik hədəfi **5 USD** üstələyir. Keyfiyyəti qoruyaraq xərcləri azaltmaq üçün aşağıdakı addımları atmaq mümkündür:

- **Materialların tərkibinə yenidən baxmaq** – daha münasib qiymətə tədarükçülər tapmaq və ya eyni funksionallığı qoruyan alternativ komponentlərdən istifadə etmək.
- **İstehsal proseslərini optimallaşdırmaq** – itkiləri azaltmaq, avadanlıq və işçi qüvvəsinin səmərəliliyini artırmaq, yeni texnologiyalar tətbiq etmək.
- **Dolay xərcləri azaltmaq** – idarəetmə xərclərinə nəzarət etmək, biznes proseslərini avtomatlaşdırmaq və lazımsız əməliyyatları ixtisar etmək.

Lakin bu addımlar şirkət daxilində mübahisələrə səbəb ola bilər. Məsələn, mühəndislər baha komponentin daha ucuz analoqu ilə əvəz edilməsini təklif edə bilər, amma marketinq şöbəsi bunun məhsulun keyfiyyətinə və brendin nüfuzuna mənfi təsir göstərəcəyindən narahat ola bilər (Corporate Finance Institute).

Bu cür münaqişələrin qarşısını almaq üçün aşağıdakı tədbirlər görülməlidir:

- **Şöbələrarası müzakirələr təşkil etmək** – məhsulun keyfiyyəti və maya dəyəri arasında optimal balans tapmaq üçün qərarlar birlikdə qəbul edilməlidir.

- **Test buraxılışları və bazar araşdırmaları aparmaq** – dəyişikliklərin müştəri tələbatına necə təsir edəcəyini öyrənmək üçün.

- **Risk modeli hazırlamaq** – xərclərin azaldılmasının potensial satış itkilərinə və mənfəətə necə təsir edəcəyini təhlil etmək (Wall Street Prep).

Bu yanaşma **istehsal səmərəliliyini artırmağa, xərcləri optimallaşdırmağa və müştəri gözləntilərini qorumağa** kömək edəcəkdir, nəticədə məhsul bazarda daha rəqabətli olacaqdır.

Aşağıdakı nümunə vasitəsilə hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri yanaşmasının maliyyə təsirini nəzərdən keçirə bilərik:

- Hazırkı keyfiyyət səviyyəsi - məhsul 100 \$ qiymətində satıldıqda, aylıq 1000 sifariş gətirir.

- Keyfiyyətin mümkün azalması - komponentin dəyişdirilməsi sifarişlərin sayını 900-ə qədər azalda bilər.

- Məhsulun vahidindən əldə edilən mənfəət:

a. Dəyişiklikdən əvvəl – 20 USD

b. Komponent əvəz edildikdən sonra – 25 USD (istehsal xərclərinin azalması hesabına).

İllik mənfəətin hesablanması:

$$\begin{aligned} &\text{Dəyişiklikdən əvvəl} \\ &1000 \times 20 \times 12 = 240,000 \text{ USD} \\ &\text{Dəyişiklikdən sonra} \\ &900 \times 25 \times 12 = 270,000 \text{ USD} \end{aligned}$$

Göründüyü kimi, aylıq sifarişlərin sayı 100 vahid azalsa da, ümumi mənfəət artmışdır. Bu nümunə göstərir ki, xərclərin azaldılması siyasəti qərarvermə prosesində hərtərəfli analiz edilməli və şirkətin bütün aidiyyəti şöbələri bu prosesa cəlb olunmalıdır (Smirnova, 2014, pp. 2-8).

Nəticə

Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri metodologiyası müəssisələrə bazar şərtlərinə uyğunlaşmaq üçün güclü bir alət təqdim edir, xərcləri səmərəli şəkildə optimallaşdırmağa və eyni zamanda məhsulun rəqabət qabiliyyətini qorumağa imkan verir. Bu yanaşmanın uğurla həyata keçirilməsi üçün şirkətin bütün bölmələrinin marketing, istehsal, maliyyə və satınalma şöbələrinin sıx və koordinasiyalı işləməsi vacibdir. Hər bir komanda hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyərinə nail olmaqda öz rolunu anlamalıdır.

Bundan əlavə, istehsal prosesi ərzində iterativ dəyişikliklərə hazırlıq da mühüm rol oynayır, çünki xərclərin azaldılması yeni layihə həllərinin nəzərdən keçirilməsini, alternativ tədarükçülərin axtarışını və istehsal texnologiyalarının optimallaşdırılmasını tələb edir.

Eyni zamanda, xammal qiymətləri, tədarükçülərlə əməkdaşlıq, bazar tendensiyalarının dəyişməsi və istehlakçı tələbləri kimi xarici amillərin mütəmadi olaraq izlənməsi vacibdir. Əks halda, müəssisə ya rəqabətə davamlı olmayan, ya da həddindən artıq bahalı bir məhsul istehsal etmə riski ilə üzləşə bilər.

Hədəf göstəriciyə əsaslanan maya dəyəri sisteminin düzgün tətbiqi müəssisəyə yalnız xərcləri azaltmaq deyil, həm də dəqiq hesablamalar, risk analizi və uzunmüddətli planlaşdırma əsasında strateji qərarlar qəbul etmək imkanı yaradır. Nəticədə bu, şirkətin mənfəətliliyinin və bazarda dayanıqlılığının artmasına töhfə verir.

Ədəbiyyat

1. Corporate Finance Institute. (n.d.). Target costing.
2. Corporate Finance Institute. (n.d.). Target costing.

3. Əmiraslanova, D.Ə. (2019). Məhsulun maya dəyərinin kalkulyasiyası üsullarının müqayisəsi. *Sumqayıt Dövlət Universiteti: "Elmi Xəbərlər" – Sosial və humanitar elmlər bölməsi*. Cild 15, № 2.
4. Friedrichsen, M., Zarea, H., Taebi, A., Asadi, F. (2017). *"Competitive strategies of knowledge and innovation commercialization: a unified SWOT and fuzzy AHP approach"* [Elektronnyy resurs]. AD-minister. No. 30, 45-72. DOI: 10.17230/ad-minister.30.3, svobodnyy dostup. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/accounting/target-costing/>
<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/accounting/target-costing/>
<https://ru.scribd.com/document/805919257/%C4%B0stehsal-M%C9%99sr%C9%99fl%C9%99rinin-Ucotu-WORD-2>
<https://ru.scribd.com/document/805919257/%C4%B0stehsal-M%C9%99sr%C9%99fl%C9%99rinin-Ucotu-WORD-2>
<https://study.com/academy/lesson/target-costing-definition-formula-example.html>
<https://www.wallstreetprep.com/knowledge/target-costing/>
5. Karpova, T.P. (2016). Kontsepsiya upravlencheskogo ucheta na osnove dvizheniya produkta i narastaniya zatrat v srede kontrollinga. *Uchet. Analiz. Audit*. No. 1, 90-98.
6. Loseva, A.S. (2017). Kontrol kak instrument obespecheniya ekonomicheskoy bezopasnosti na predpriyatiyakh pishchevoy promyshlennosti. *Sovremennye sotsial'no-ekonomicheskie protsessy: problemy, zakonomernosti, perspektivy: sbornik statey III Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. Penza, 29-37.
7. Loseva, A.S. (2020). *Sistema kalkulyrovaniya "Target-kosting" v organizatsiyakh agropromyshlennogo kompleksa v usloviyakh razvitiya innovatsionnykh protsessov*. StudNet. No. 10. <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-kalkulyrovaniya-target-kosting-v-organizatsiyah-agropromyshlennogo-kompleksa-v-usloviyah-razvitiya-innovatsionnyh-protsessov> (data obrashcheniya: 07.03.2025).
8. Muhasibat.az. (n.d.). İstehsalı məsrəfləri: Sadə uçot metodu. <https://www.muhasibat.az/istehsali-mesrefleri-sade-ucot-metodu/>
9. Plaskova, N.S. (2016). *Razvitie metodologii ekonomicheskogo analiza*. Uchet. Analiz. Audit. No. 1., 50-57.
10. Scribd. (n.d.). İstehsal məsrəflərinin uçotu.
11. Scribd. (n.d.). İstehsal məsrəflərinin uçotu.
12. Smirnova, N.I. (2014). *Upravlenie zatratami - metod "Target-kosting"*. Vestnik Amurskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Estestvennye i ekonomicheskie nauki. No. 67. <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-zatratami-metod-target-kosting> (data obrashcheniya: 09.03.2025).
13. Study.com. (n.d.). Target costing: Definition, formula & example.
14. Temirgalieva, S.A., Satalkina, E. V. (2018). *Osnovnye kharakteristiki metodov target-kosting i kaizen-kosting*. Ekonomika i sotsium. No. 10 (53). <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-kharakteristiki-metodov-target-kosting-i-kayzen-kosting> (data obrashcheniya: 07.03.2025).
15. Wall Street Prep. (n.d.). Target costing.

Daxil oldu: 07.12.2024

Qəbul edildi: 12.03.2025