

MAQSADLI XARAJATLARNI HISOBLASH VA KOMPANIYALAR UCHUN IQTISODIY FOYDA

Abduhamidov Abdurahmon

Qo'qon universiteti HR department boshlig'i

Annotatsiya: Ushbu maqolada maqsadli xarajatlarni boshqarish qarorlariga tatbiq etish muammosi ko'rib chiqiladi. Ushbu qarorlar kompaniyaning ishlab chiqarishi tomonidan oshmasligi kerak bo'lgan maksimal ruxsat etilgan xarajatlar chegaralarini belgilash orqali raqobatbardoshlikni oshirish uchun qiymat tahlili tamoyillarini ishlab chiqadi. Maqsadli xarajatlarni hisoblash yangi zamonaviy vosita bo'lib, u mahsulot narxini iste'molchilar talablari asosida boshqarishga yordam beradi. Narx bozor va mijozning ehtiyojlariga qarab belgilanadi.

Kalit so'zlar: Xarajat, maqsadli xarajat, qiymat tahlili, narx, mahsulot sifati. Mahsulotni hisoblash bugungi kunda juda muhim va hisoblash mijozning talablari va mijozlar ehtiyojlarini hisobga olgan holda zarur. Hisob-kitobni yaratishda mahsulot sifatini qabul qilish va mahsulot narxini sifatdan keyin baholash muhimdir. Bugungi kunda xaridorlar mahsulot narxiga mahsulot va ishlab chiqaruvchilarning xususiyatlariga qarab ta'sir qiladi, tadbirkorlar mahsulot narxini mijozlar talablariga moslashtirishi kerak. Bu hisob-kitobni yaratishni o'zgartirishga va kalkulyatsiyaning yangi zamonaviy usullarini qo'llashga turtki bo'ladi, masalan, faoliyatga asoslangan xarajat, maqsadli xarajat, kaizen xarajati, ish haqini hisoblash, inventarizatsiya va boshqalar. Ushbu usullarni ishlab chiqaruvchi kompaniyalarda qo'llash ba'zi xususiyatlarni keltirib chiqaradi. Ushbu usullar mahsulot narxi va narxini yaxshiroq isbotlaydi, ammo ularni amaliyotga kiritish juda qiyin. Hisob-kitoblarni yaratishning ajralmas qismi bu bilimlarni boshqarish bo'lib, u mijozlar va mijozlarning ehtiyojlari, bozor spetsifikatsiyalari va raqobatbardosh bo'lish imkoniyatlari, raqobat va uning hisoblash sohasidagi strategiyasi haqida hamma narsani bilishga yo'naltirilgan. Maqsadli xarajat usuli bozor narxini va raqobatbardosh narxni

kuzatishni talab qiladi. Mahsulot narxi biz kamaytirishimiz kerak bo'lgan xarajat moddalaridan iborat. Yangi usullarni qo'llash orqali to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita xarajatlari kamayadi. Narxning juda muhim qismi foyda hisoblanadi. Hisobni yaratish orqali biz foyda to'lovini qabul qilishimiz kerak. Maqsadli xarajat hisobi qiymat tahlilining bir qismi bo'lib, sanoatning har bir tarmog'ida mahsulotning raqobatbardoshligini oshirishi mumkin bo'lgan juda muhim vositadir. Qiymat tahlili mahsulot xususiyatlarini baholashga tizimli yondashuv bo'lib, mahsulot sifatini yaxshilash mumkin bo'lgan muqobil variantlarni aniqlashga imkon beradi, bu uning tijorat xususiyatlari va xarajatlari nisbati sifatida belgilanadi.

Ushbu loyihaning asosiy maqsadi maqsadli xarajat kalkulyatsiyasini taqdim etish va undan yog'ochni qayta ishlash sanoatida narx kalkulyatsiyasini yaratish orqali foydalanish. Biz kompaniyada ushbu hisoblash usulining afzalliklari va kamchiliklarini ko'rsatmoqchimiz va ushbu progressiv usulni xarajatlarni hisoblashning klassik usuli bilan solishtirmoqchimiz.

Xarajatlarni hisoblashning maqsadli usuli deb ham ataladigan maqsadli xarajatlarni hisoblash Yaponiyada paydo bo'lgan. 1980-yillarda u G'arbiy Evropa mamlakatlaridagi Amerika kompaniyalari orqali bizning qit'amizga tarqaldi. 1990-yillarda Yaponiyadagi muhandislik va elektrotexnika sanoati korxonalarining 80% dan ortig'i ushbu hisoblash usulidan foydalangan. Maqsadli xarajat nafaqat xarajatlarni kamaytirish texnikasi yoki nazorat qilish tizimi, balki qiymat tahlili va qiymat muhandisligini o'z ichiga olgan keng qamrovli strategik foydani boshqarish tizimining bir qismidir.

Birlamchi vazifa mahsulotning qancha turadiganini aniqlash emas, balki ma'lum bir bozor narxida sotish mumkin bo'lgan mahsulot qanchaga tushishi mumkin. Narx belgilash vositasi sifatida hisob-kitob kuchli raqobat sharoitida o'z ahamiyatini asta-sekin yo'qotadi. Narx bozor tomonidan belgilanadi va mahsulotni bozorda yuqori narxga taklif qilish mumkin emas. Shunday qilib, kompaniyalar yakuniy narx bilan qoplanishi mumkin bo'lgan xarajatlari bilan mahsulot ishlab chiqarishlari kerak.

Shuning uchun xarajatlarni nafaqat ishlab chiqarish bosqichida, balki ishlab chiqarishning dastlabki bosqichlarida rejalashtirish muhimdir. Ishlab chiqarish xarajatlariga, ayniqsa, uning xususiyatlari va ishlab chiqarish usullari ta'sir qiladi. Hisoblashning an'anaviy yondashuvi va maqsadli xarajatlar o'rtasidagi farq 1-rasmda keltirilgan.

Ishlash xarajatlarining katta qismi ishlab chiqarishdan oldingi bosqichlarda hal qilinadi, chunki texnologik taraqqiyot va ishlash xususiyatlari kabi omillar allaqachon aniqlangan. Ishlash bilan bog'liq xarajatlarning 85-90 foizi ishlab chiqarishdan oldingi bosqichlarda qabul qilingan qarorlar natijasi ekanligi isbotlangan. Maqsadli xarajatlarni hisoblashning asosiy g'oyasi kompaniyaning ishlab chiqarishi tomonidan oshmasligi kerak bo'lgan maksimal ruxsat etilgan xarajatlar chegaralarini belgilashdan iborat. Ushbu chegara noan'anaviy ravishda moddiy iste'molning texnik va iqtisodiy me'yorlari asosida belgilanadi, ammo qolganlari mahsulot narxidan maqsadli foydani hisobga olmaganda qoladi. Ruxsat etilgan xarajatlar maqsadli narxdan maqsadli foydani ayirish yo'li bilan belgilanadi. Ruxsat etilgan xarajatlar standart drift xarajatlari bilan taqqoslanadi va yakuniy farq mahsulotni ishlab chiqish bosqichida zarur bo'lgan xarajatlarni ko'rsatadi.

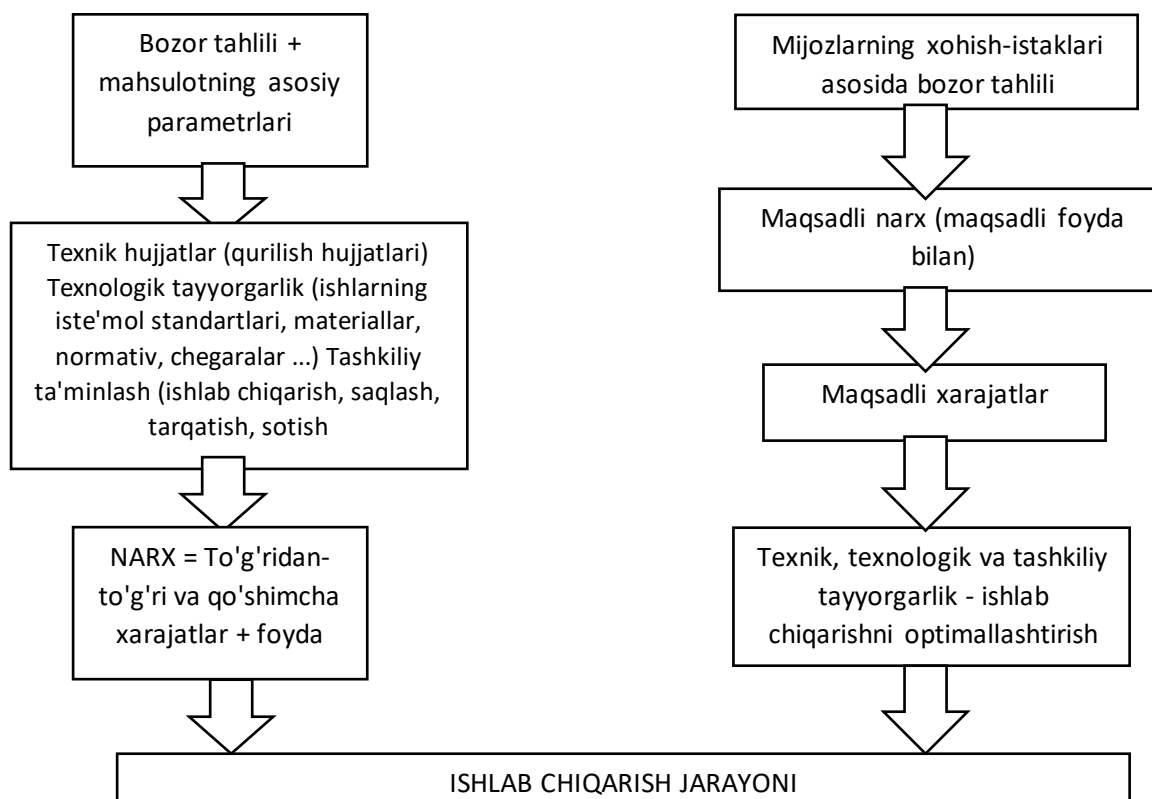
$$\text{Ruxsat etilgan xarajatlar} = \text{maqsadli narx} - \text{maqsadli foyda}$$

Ushbu usuldan foydalanish uchun asos nisbatan barqaror yoki oldindan kutilgan bozor narxining (maqsadli narx) mavjudligi hisoblanadi. Bu narx, ayniqsa, mijozlar tomonidan qabul qilingan qiymatni, xususiyatlarni, sifatni va raqobatbardosh yoki o'rnini bosadigan ishlash narxini aks ettirishi kerak. Narx marketing tadqiqotlari bilan tasdiqlanishi kerak, bu esa mijozlarning maqsadli guruhiga e'tibor qaratishi kerak

XARAJATLARNI HISOBLASH

MAQSADLI

XARAJATLAR



1-rasm. Kalkulyatsiyaning an'anaviy yondashuvi va maqsadli xarajatlar o'rtasidagi farq

Haqiqiy hayotda ko'pincha yuqori ishlab chiqarish xarajatlari haqiqiy mijozlarning ehtiyojlari emas, balki ularning ehtiyojlari ko'proq bo'lishi natijasidir. Shuning uchun maqsadli tannarxni hisoblashda marketing tadqiqotlari yordamida mijozlarning ishlashga bo'lgan talablarini aniqlash va ularni ishlash parametrlari bilan muvozanatlash kerak. Miqdoriy funktsiyani joylashtirish (QFD) asosan ushbu tahlil bilan shug'ullanadi. Boshqa tomondan, funktsional xarajatlar tahlili mijozlarning afzalliklari va real xarajatlar o'rtasidagi har qanday nomuvofiqlikni aniqlashga qaratilgan. Ba'zi ishlash parametrlari bo'yicha mijozlarning malakali nuqtai nazarini ifodalashda muammo mavjud, chunki mijozlar ishlash ko'rinishi va

uning asosiy funktsiyalari bo'yicha o'z talablarini bildirishi mumkin, lekin uning alohida qismlariga emas.

Maqsadli xarajatlarni hisoblashning zamonaviy usuli sifatida qiymat tahlili tamoyillaridan foydalaniladi, funktsional xarajatlarni tahlil qilish vositalaridan foydalanish va miqdoriy-funktsiyani joylashtirish mahsulotning funktsional differentsiatsiyasini ta'minlashi mumkin. Ushbu yondashuv tadqiqot va mahsulotni ishlab chiqishning dastlabki bosqichida cheklovlarni topishi mumkin, shu bilan birga ishlash bilan bog'liq xarajatlarning 85-90% ishlab chiqarishdan oldingi bosqichlarda qabul qilingan qarorlar natijasidir. Ushbu yondashuvning xavfi, asosan, aniq marketing tadqiqotlarini qo'llash va mahsulotning har bir komponenti uchun ruxsat etilgan xarajatlar darajasini aniqlashdir. Bu orqali ishlab chiqarishda raqobatbardoshlikni oshirish mumkin. Ushbu yondashuv ishlab chiqarishdan oldingi bosqichda sifatni ta'minlash uchun katta ahamiyatga ega va u ortib bormoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yhati:

1. Antošová, M., Csikósová, A., Mihalpová, B. (2013). Application Knowledge Management in the Practice of Business Subjects in Slovakia. In. Procedia - Social and Behavioral Sciences, Volume 83, 4 July 2013, Pages 975-979. ISSN 1877-0428.
2. Drábek, J., Merková, M. (2008). Finančná a ekonomická kríza a jej vplyv na rozvoj DSP SR. Zvolen: Controlling a manažérstvo kvality v podnikoch. ISBN 978-80-228-1931-2
3. Abbosxon Y., Abduqodir T. O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA KICHIK BIZNES FAOLIYATINING UMUMIY YALPI ICHKI MAHSULOTDAGI VA AHOLI BANDLIGIDAGI ULUSHI //E Conference Zone. – 2022. – C. 193-194.
4. Yusupov A. A. et al. O 'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDAGI QURILISH SOHASIDA KICHIK BIZNESNING ULUSHI (hududlar kesimida) //INNOVATIVE DEVELOPMENT IN THE GLOBAL SCIENCE. – 2022. – T. 1. – №. 7. – C. 45-49.

