

SƏMƏRƏLİLİYİN MALİYYƏ GÖSTƏRİCİLƏRİ



Elay Zeynalli,

*Azərbaycan Dövlət Aqrar Universitetinin
Mühasibat uçotu və audit kafedrasının assistenti, doktorant
e-mail: elayzeynalli@yahoo.com*

UOT: 567

Xülasə. *Məqalədə müəssisənin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin təhlilinin mühüm istiqaməti olan səmərəliliyin qiymətləndirilməsinin maliyyə göstəricilərinin mahiyyəti, onların qeyri-maliyyə xarakterli göstəricilərdən fərqi, bu göstəricilərin geniş istifadəsinin əsaslarından söz açılır. Əsas maliyyə göstəriciləri kimi, satışın, aktivlərin və xüsusi kapitalın rentabelliği, onun hesablanması və təhlili metodikası, taxıl və şərab emalı müəssisələrində təhlillər aparmaqla, əmsalların interpretasiyası həyata keçirilib.*

Açar sözlər: *səmərə, aktiv, kapital, iqtisadi əlavə dəyər, məmnuniyyət.*

Key words: *efficiency, assets, capital, economic value added, satisfaction.*

Ключевые слова: *эффективность, активы, капитал, экономическая добавленная стоимость, удовлетворенность.*

Bazar iqtisadiyyatı reallığına uyğun olaraq bütün müəssisələr müəyyən müddət, yaxud müəyyən məqsəd üçün tam və ya qismən səmərəliliyi qiymətləndirir. Fəaliyyət nəticələrinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi, yalnız menecerlər və ya müəssisənin daxili tərəfləri ilə yekunlaşmır. Səhmdarlar, potensial investorlar, borc verənlər, satıcılar və müştərilər, bir sözlə, xarici istifadəçilər verdikləri fərqli qərarlarla əlaqəli müəssisənin bu göstəricisi ilə maraqlanırlar. Səmərəliliyin qiymətləndirilməsi rəhbərlik tərəfindən hazırlanmış strategiyaların həyata keçirilməsinə kömək edir və strateji nəzarət sistemini dəstəkləyir. Bunun üçün müəssisədə müxtəlif vasitələrdən və metodlardan istifadə edərək fəaliyyət nəticələrinin hədəflərə nail olub-olmaması yoxlanılır. Müəssisənin fəaliyyət nəticələri adekvat hesab olunursa, bu qiymətləndirmə

sistemi hər hansı bir dəyişiklik olmadan növbəti dövrdə eyni nəticəni davam etmək üçün tədqiq olunur, yox əgər kifayət qədər adekvat hesab edilmirsə, problemin mənbəyi araşdırılır və problemi həll edərək səmərəliliyi artırmağa çalışır. Səmərəliliyin qiymətləndirilməsi menecerlərin müəssisənin, eləcə də onun idarəedilməsinin nə qədər uğurlu olduğunu müəyyən etməyə və biznesinin gələcəyi ilə bağlı düzgün qərarlar qəbul etməyə kömək edir, habelə əməliyyatların nəticələrinə nəzarəti, dolayısı ilə də inkişafını təmin edir və əvvəlcədən təyin edilmiş məqsədlərlə əldə edilən nəticələri müqayisə edərək hədəflərdən kənarlaşmaları müəyyən etməyə kömək edir. Səmərəliliyin təhlili və qiymətləndirilməsi nəticəsində müəssisədə təkmilləşdiriləcək sahələri, yaxud mövcud səmərəsizliklərin səbəbini və dəyərini müəyyən etmək, aradan qaldırmaq mümkündür.

Səmərəlilik göstəriciləri maliyyə və qeyri-maliyyə göstəricilərinə bölünür. Klassik yanaşmaya əsasən, müəssisədə səmərəliliyin qiymətləndirilməsinin maliyyə göstəricilərindən istifadə olunur. Bu göstəricilər müəssisədə mühasibat sistemi tərəfindən hazırlanmış və keçmişdə qəbul edilmiş qərarların nəticələrini özündə ehtiva edən göstəricilərdir. Eyni zamanda bu göstəricilər müəssisənin menecerləri və investorları tərəfindən səmərəliliyin qiymətləndirilməsi prosesində geniş istifadə olunur ki, bu da onların hesablanması və təsirinin müəyyənləşdirilməsinin daha asan olması ilə əlaqəlidir.

Qeyri-maliyyə xarakterli səmərəlilik göstəriciləri istehsal, keyfiyyət və marketinq əsasında araşdırıla bilər, lakin optimal qeyri-maliyyə göstəricisinin qiymətləndirilməsi metodu təşkilatın fəaliyyət sahəsinə və sektor xüsusiyyətlərinə görə fərqlənir. Məsələn, təyyarə istehsal edən müəssisədəki keyfiyyət ən yüksək qeyri-maliyyə səmərəlilik səviyyəsi, onlayn sifariş edən bir şirkətin qeyri-maliyyə səmərəlilik göstəricisi isə veb saytın sürəti, dizaynı, əlçatanlığı, istifadəsi asanlığı və uyğun məzmunu kimi qəbul edilə bilər və ya müəssisə yalnız müştərilərlə üz-üzə əlaqə quraraq, sadıq müştəri portfeli yaradaraq həyata keçirilən fəaliyyətlərdə səmərəliliyi nəzərə ala bilər.

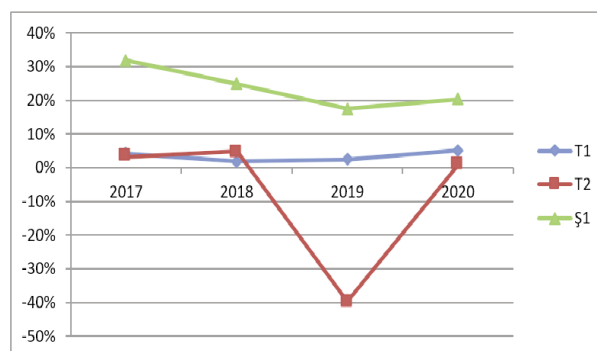
Maliyyə xarakterli göstəricilər əsasən, ilk növbədə, maliyyə nəticələri və rentabellik göstəriciləri ilə xarakterizə olunur. Bundan əlavə, müvafiq verim və tutum (material, fond və s.) da bu qəbildən olan göstəricilərə aid edilir. Müəssisənin səmərəliliyinin kompleks təhlili zamanı əvvəl sadaladığımız göstəricilərlə yanaşı, likvidlik, maliyyə dayanıqlığı, dövriyyə və s. kimi maliyyə göstəricilərindən geniş istifadə olunur. Müəssisənin fəaliyyətinin səmərəlilik göstəricisi kimi rentabellik beynəlxalq təcrübədə satışların, aktivlərin və kapitalın rentabelliği göstəriciləri əsasında qiymətləndirilir. Satışların rentabelliği gəlir manatından əldə edilən mənfəətin faizini göstərir və qiymət siyasətindən və xərclərə nəzarətin effektivliyindən asılı olaraq bazar və əməliyyat fəaliyyətinin səmərəliliyini xarakterizə edir. Daha sadə şəkildə ifadə etsək, müəssisənin gəlirlərindən nə qədər səmərəli əldə etdiyini göstərir. Investorlar, kreditorlar və digər borc sahibləri bu səmərəlilik göstəricisinə etibar

edirlər, çünki bir şirkətin gəlirlərindən əldə etdiyi mənfəətin faizini dəqiq bir şəkildə çatdırır və potensial dividendlər, yenidən investisiya potensialı və şirkətin borclarını geri qaytarmaq qabiliyyəti barədə fikir verir. Satışın rentabelliği aşağıdakı düstur üzrə hesablanır:

$$\text{satışın rentabelliği} = \frac{\text{əməliyyat mənfəəti}}{\text{satışdan gəlir}} \quad (1)$$

Beynəlxalq təcrübədə daha həssas bir nəticənin əldə edilməsi üçün xalis satışdan gəlir göstəricisi kimi istifadə olunur ki, [4, 244] bu da qaytarılan satışların və verilmiş endirimin (güzəşt) yekun nəticəyə təsirini neytrallaşdırır. Təhlil subyektinin xüsusiyyətlərindən asılı olaraq, göstəricinin hesablanması zamanı əməliyyat mənfəəti və ya EBIT göstəricisi istifadə oluna bilər [7].

Təhlil olunan müəssisələrdə satışın rentabelliği əmsalının nəticələri üçün **qrafik 1**-ə nəzər salaq.



Qrafik 1. Satışın rentabelliği əmsalı

Qrafikdən göründüyü kimi, ən yüksək göstərici Ş1 müəssisəsinə aiddir. Belə ki, təhlil olunan dövrdə müəssisənin ən aşağı göstəricisi 18%, ən yüksək göstəricisi isə 32% olmuşdur. Deməli, ən pis halda qazandığı pulun 18%-ni mənfəətə çevirir, 82%-ni isə bu səmərəni əldə etmək üçün sərf edir. Digər müəssisələrdə də artım müşahidə olunur, göstərici Ş1-lə müqayisədə aşağı olsa da, müəssisənin aşağı rentabellik göstəricilərinin daha səmərəli fəaliyyəti üçün zəruri tədbirlərin görülməsini xəbərdar edir.

Əmsal göstəricisinin artması şirkətin daha effektiv şəkildə yüksəlməsinə, azalması isə gözlənilən maliyyə problemlərinə işarə edə bilər. Təhlil zamanı nəzərə almaq lazımdır ki, müəssisənin məhsulunun qiymətinin qalxması, resursların qiymətinin artmasını qabaqlayan qiymət

siyasəti satışın rentabelliyyəsinin artmasına səbəb olur. Ümumiyyətlə, satışların rentabelliyyəsinin və məhsulun rəqabət qabiliyyətinin artırılması üçün marketinq strategiyasının təkmilləşdirilməsi və əməliyyat xərclərinə nəzarət istiqamətində tədbirlər görülməlidir. Bundan əlavə, satışların yüksək rentabelliyyəni rəqiblərə bazara daxil olmalarına görə stimulyaradığı üçün bazarın potensial rəqiblərdən kifayət qədər qorunmasında satışın rentabelliyyəni hesabına xalis aktivlərin rentabelliyyəsinin artırılması strategiyası tətbiq olunmalıdır.

Daxili təhlildə mühüm istiqamətlərdən biri də ayrı-ayrı məhsulların satışının rentabelliyyəsinin ümumi rentabelliyyəyə təsirinin müəyyənəşdirilməsidir. Lakin bu, analitik təcrübədə məhsulların məhdud nomenklaturası zamanı mümkün hesab edilir [6, 115].

Maliyyə təhlilində geniş istifadə olunan digər bir rentabellik göstəricisi aktivlərin rentabelliyyəsidir. Aktivlərin rentabelliyyəni müəssisənin bütün aktivlərinin istifadəsindən formalaşan mənfəəti xarakterizə edən göstəricidir. Əmsal təşkilatın kapitalının strukturunu, aktivlərin idarə edilməsinin keyfiyyətini nəzərə almadan mənfəət əldə etmək qabiliyyətini göstərir. Kapital rentabelliyyəni göstəricisindən fərqli olaraq, bu göstərici yalnız öz vəsaitlərini deyil, onun bütün aktivlərini nəzərə alır. Ona görə də potensial investorlar və kreditorlar üçün daha maraqlıdır və bu aşağıdakı formul əsasında hesablanır:

$$\text{aktivlərin rentabelliyyəni} = \frac{\text{xalis mənfəət}}{\text{aktivlərin orta həcmi}} \quad (2)$$

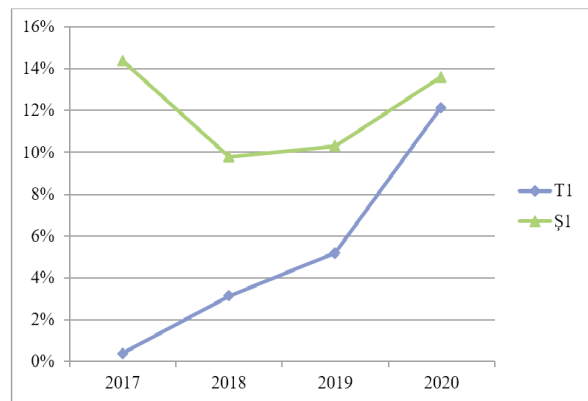
Bu göstərici nə qədər yüksək olsa da, müəssisənin aktivlərindən bir o qədər səmərəli istifadə olunduğu başa düşülür. Aşağı göstəricinin mövcudluğu halında müəssisə xərclərə nəzarət sistemini gücləndirməli, aktivlərin tərkibini optimallaşdırmaqlı, eləcə də fondların istehsal imkanlarını genişləndirmək üçün texniki innovasiyaların tətbiqinə meyil etməlidir. Obektiv müqayisəni təmin etmək üçün əmsal sektor və rəqib müəssisələrin göstəriciləri ilə müqayisə edilməlidir.

Aktivlərin istifadəsi dedikdə, onların dövryyəsi də nəzərdə tutulur. Ona görə aktivlərin rentabelliyyəni aktivlərin dövryyəsi və satış gəliri, xalis mənfəət marjası (bir vahid gəlirə düşən

xalis mənfəəti özündə əks etdirir) əmsallarının hasili şəklində ifadə oluna bilər. Düstur 3-ə nəzər salaq:

$$\text{aktivlərin rentabelliyyəni} = \frac{\text{satışdan gəlir}}{\text{aktivlər}} \times \frac{\text{xalis mənfəət}}{\text{satışdan gəlir}} \quad (3)$$

Amillə təhlil mövqeyindən yanaşsaq, aktivlərin rentabelliyyəni mənfəətin və aktivlərin dövryyəsinin düzgün idarə edilməsinə əsaslanan göstərici olaraq qəbul edə bilərik. Belə ki, yüksək rentabelliyyə nail olmağa yönəldilmiş siyasət böyük ehtimalla yüksək qiymətlər hesabına aşağı satış həcminə və aktivlərin aşağı dövryyəsinə, ya da əksinə, aşağı qiymətlər hesabına alıcıların cəlb edilməsi siyasəti satışın rentabelliyyəsinin azalmasına və aktivlərin dövryyəsinin artmasına gətirib çıxaracaq. Təhlil olunan müəssisələrdə aktivlərin rentabelliyyəni əmsalının nəticələri üçün **qrafik 2-ə** nəzər salaq.



Qrafik 2. Aktivlərin rentabelliyyəni əmsalı

Ş1 müəssisəsinin rentabellik göstəricisi yüksəkdir, təhlil olunan bütün dövrlər ərzində 10%-dən yüksək olmuşdur ki, bu da müəssisənin aktivlərinə qoyulan hər 1 AZN-in 0.10 AZN mənfəət gətirdiyini göstərir. T1 müəssisəsində də rentabellik müsbət dinamika ilə diqqət çəkir, təhlil olunan dövrün sonunda əvvəlki illə müqayisədə müvafiq göstəricinin 7% artması müəssisənin növbəti illərdə də bu dinamikanı davam etdirəcəyinə əminlik yaradır.

Kapitalın rentabelliyyəni müəssisədə ən çox istifadə olunan rentabellik göstəricisidir. Kapitalın rentabelliyyəni müəssisənin kapitalına düşən mənfəətin faizini və şəxsi vəsaitlərin istifadə səmərəliliyini göstərir ki, bu da mənfəət əldə etmək məqsədi ilə biznesə öz vəsaitlərini yatıran potensial investorlar üçün vacibdir. Məhz maliyyə bazaları inkişaf etmiş ölkələrdə bu göstərici

birjada səhmlərin kotirovkasında və investisiya cəlbəediciliyinin qiymətləndirilməsində mühüm meyar kimi xidmət edir. Bu aşağıdakı formul əsasında hesablanır:

$$\text{kapitalın rentabelliği} = \frac{\text{xalis mənfəət}}{\text{kapital}} \quad (4)$$

Kapitalın rentabelliğini hesablayarkən xalis mənfəət göstəricisinin əsas götürülməsi daha doğrudur, çünki bu mülkiyyətçilər tərəfindən qoyulan kapitalın mükafat mənbəyidir. Bundan əlavə, əmsalın hesablanması zamanı inflyasiya amili də nəzərə alınmalıdır. Çünki kəsrin sürət və məxrəcində qeyd olunan iqtisadi göstəricilərə inflyasiya eyni cür təsir etmir, yəni xalis mənfəət dinamik göstərici olub, fəaliyyət nəticəsində formalaşır, lakin kapital nisbətən daha statik göstərici kimi qalmaqdadır [2, 73].

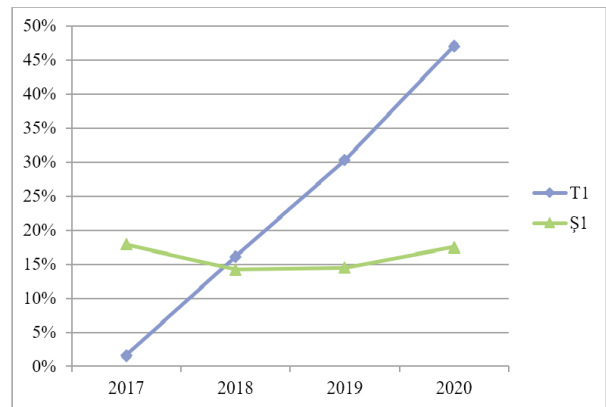
Hazırda kapitalın rentabelliği kompleks şəkildə tədqiq olunur. Beynəlxalq təcrübədə “DuPont” modeli adlanan üsul 1918-ci ildən maliyyə təhlilində istifadə olunur. “DuPont” modelində kapital rentabelliğinin hesablanması üçün mənfəət marjası, aktivlərin dövrüyyəsi və kapital multiplikatoru əmsallarından istifadə olunur [3]. Hesablama zamanı 3 müxtəlif göstəricinin riyazi sadələşdirilməsi vasitəsi ilə əmsal formalaşdırılır:

$$\text{kapitalın rentabelliği} = \frac{\text{xalis mənfəət}}{\text{sətsədan gəlir}} \times \frac{\text{sətsədan gəlir}}{\text{aktiv}} \times \frac{\text{aktiv}}{\text{kapital}} \quad (5)$$

Bərabərliyin ilk iki göstəricisinin hasilı aktivlərin gəlirliyi (ROA) əmsalını formalaşdırır. Sonuncu göstərici isə kapital multiplikatorudur ki, əmsalda qeyd olunan kapital göstəricisini “aktivlər – öhdəliklər” kimi qeyd etsək, bu zaman göstərici 6 sayılı düsturdakı kimi hesablanır:

$$\text{kapital multiplikatoru} = \frac{\text{aktivlər}}{\text{aktivlər-öhdəliklər}} \quad (6)$$

Düstur 3-ün sürət və məxrəcini aktivlərə böldükdə isə maliyyə leverici (öhdəliklərin aktivlərə nisbəti) formalaşacaq. Maliyyə leverici aktivləri maliyyələşdirmək üçün istifadə olunan kapitalın həcmi göstərən maliyyə əmsalıdır. Bu əmsal borc vəsaitindən istifadə hesabına ROE-nin dəyişməsinə göstərir. Təhlil olunan müəssisələrin nəticələri **qrafik 3**-də əks olunmuşdur.



Qrafik 3. Kapitalın rentabelliği əmsalı

Qrafikdə əks olunan T1 və Ş1 müəssisələrinin nəticələrinə əsasən, onu deyər bilərik ki, T1 müəssisəsində yüksək müsbət dinamika müşahidə olunur. Müəssisənin təhlil olunan dövrdə kapitalının rentabelliği orta hesabla 24% təşkil edir. Bunun da əsas səbəbi, təhlil olunan dövrdə xalis mənfəətin artım tempinin (84,5 dəfə və ya 1593260,94 AZN) kapitalın artım tempini (1,86 dəfə və ya 2231324,07 AZN) qabaqlaması və müəssisənin maliyyələşdirilməsində borc kapitalından (maliyyə leverici effekti) istifadə etməsidir.

Ş1 müəssisəsində isə kapital rentabelliği nisbətən stabil xarakter daşıyır. Belə ki, təhlil olunan dövrdə müəssisənin göstəricisi orta hesabla 16% olmuşdur ki, bu da qazanılan hər 1 manatın 16%-nin kapitalla yönəldilmiş vəsait hesabına formalaşdığını deməyə əsas verir. Müəssisənin maliyyələşməsində əsasən şəxsi vəsaitindən istifadə etməsi onun maliyyə levericindən yararlanma imkanlarını məhdudlaşdırır.

Qeyd edək ki, kapital rentabelliği göstəricisinin yüksək olması məqbul hesab edilir. Göstərici rəqib müəssisələr və sektorla yanaşı, kapital qoyuluşunun alternativ imkanları (depozit qoyuluşlarının və ya fond maliyyə alətlərinə yatırımların faizi) ilə də müqayisə edilir. Əmsalın həddindən artıq yüksək dəyəri ardıcıl olmayan mənfəət və ya həddindən artıq borc kimi bir sıra problemləri göstərə bilər. Müəssisələr mənfi göstəricilərin təsirini azaltmaq üçün kapital strukturunu optimallaşdırmalı, borclanma siyasətini yenidən gözədən keçirməli, mənfəətin artımı üçün məhsul və marketinq siyasətini təkmilləşdirməlidir. İstifadə olunan digər əmsal da inves-

tisiyanın rentabelliği əmsalıdır. Əmsal mahiyyət etibarlı ilə investisiya edilmiş vəsaitin nə qədər gəlir gətirdiyini və ya investisiya edilən hər 1 AZN-in neçə AZN qazandığını göstərir:

$$\text{investisiyanın rentabelliği} = \frac{\text{investisiya gəliri} - \text{investisiya xərci}}{\text{investisiya xərci}} \quad (7)$$

Nisbətdən aydın olduğu kimi, əmsalın göstəricisi 100%-dən çox olmalıdır ki, investisiya gəlir gətirə bilsin. İnvestisiyanın davamlılığı üçün əmsal göstəricisinin optimal qiyməti ən azı 100%-dir, yəni gəliri xərcə bərabər olmalıdır. Ümumiyyətlə, investisiyanın rentabelliği investisiyasının istiqamətlərinin müəyyən edilməsinin və əməliyyat fəaliyyətinin səmərəliliyindən (xərclərə nəzarət, aktivlərin istifadəsi), bazar fəaliyyətinin effektivliyindən (qiymət siyasətindən), vergi siyasətinin səmərəliliyindən asılıdır.

Qərb təcrübəsində yuxarıdakı rentabellik əmsalları ilə yanaşı, xalis aktivlərin (RONA), cəlb edilmiş kapitalın (ROCE) və investisiya olunmuş kapitalın (ROİC) rentabelliği əmsallarından da istifadə olunur. Fikrimizcə, bu əmsallar müvafiq olaraq aktivlərin və kapitalın rentabelliği əmsallarının həssaslaşdırılmış növləridir və aralarında ciddi analitik məzmun fərqi yoxdur.

Beynəlxalq təcrübədə müəssisənin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsində yeni yanaşmalar ortaya çıxır. Rentabelliğin müxtəlif göstəricilərinin istifadəsinə əsaslanan qiymətləndirmə əvəzinə, qiymətin yaranmasını əks etdirən “bazar tipli dəyər” göstəricilərinin istifadəsinə əsaslanan qiymətləndirmə daha çox istifadə olunur [8].

İqtisadi mənfəət modeli adlanan iqtisadi əlavə dəyərin (EVA) modeli şirkətin mənfəətinin kapitalın dəyərini nə qədər ördüyünü, yəni mənfəətin və bu mənfəətin əldə edilməsi üçün istifadə olunan resursların dəyərinin ödəyib-ödəmədiyini göstərir. EVA konsepsiyasının diqqət çəkən məqamı biznes məqsədinin mənfəətin maksimuma çatdırılması yox, şirkətin bazar dəyərinin maksimuma çatdırılmasıdır [1] ki, bu da maliyyə bazarlarında emissioner kimi çıxış edən müəssisələrin səhmdarlar və potensial investorlar qarşısında uğurlu və səmərəli fəaliyyətinin sübutuna çevrilir. Həmçinin bazar dəyərini artırmağa çalışan biznes menecerləri şirkətin uzunmüddətli dəyərinin yaradılmasına diqqət yetirərək daha böyük rəqabət üstünlüyü əldə etməyə çalışırlar. Beləliklə, EVA konsepsiyası

müəssisənin faktiki iqtisadi mənfəətini hesablamaq üçün istifadə olunan biznesin maliyyə səmərəliliyi göstəricilərindən biridir və səhmdar mənafeleləri üçün dəyərin artırılması məqsədi ilə müəyyənləşdirilir. Bu aşağıdakı formul üzrə hesablanır:

$$\text{EVA} = \text{NOPAT} - (\text{İC} \times \text{WACC}) \quad (8)$$

Burada, EVA – iqtisadi əlavə dəyərdir. NOPAT (net operating profit after taxes) – verginin ödənilməsindən sonra faizlərin ödənilməsindən əvvəl xalis əməliyyat mənfəətidir. Mahiyyət etibarlı ilə mənfəət vergisi dərəcəsi nəzərə alınmaqla, EBIT göstəricisinin miqdarının düzəldilməsini nəzərdə tutan hesablaşma göstəricisidir. (NOPAT = əməliyyat mənfəəti $\times$ (1-vergi dərəcəsi)). Bu göstərici yalnız şəxsi kapitalı hesabına, borc vəsaitləri və investisiyalar cəlb edilmədən əsas fəaliyyətinin gəlirliliyini leveric effekti olmadan xarakterizə edir.

İC – investisiya kapitalı, WACC (weighted average cost of capital) isə kapitalın orta çəkili dəyəri Modelyan-Miller nəzəriyyəsinə uyğun olaraq şirkətin cəlb etdiyi maliyyə mənbələri üzrə məcmu kapitalın orta çəkili rentabelliğini ifadə edir. Müəssisələr yeni layihələrə investisiya etmək niyyətindədirsə, bu halda gözlənilən səmərəni bu göstərici ilə müqayisə edərək qərar verir.

EVA-nın bu düsturuna əsasən, müəssisələrin iqtisadi əlavə dəyərini və bu səbəbdən səmərəni artırmaq üçün **üç** əsas yol var [5]:

1. Vergilərdən sonra əməliyyat mənfəətinin xərclərini azaltmaqla artırmaq. Bu yalnız sərmayə qoyulmuş kapitaldan daha yüksək mənfəət əldə etmək üçün fəaliyyətin səmərəliliyinin artırılması ilə mümkündür.

2. Vergilərdən sonra əməliyyat mənfəətinəki artımın kapitalın dəyərindəki artımdan çox olacağı investisiyalara meyil etmək. Bu kapital rentabelliğinin kapital dəyərindən yüksək müsbət xalis dəyəri olan investisiya layihələrinin həyata keçirilməsi ilə mümkün olacaq.

3. Cəmi kapital xərclərinin minimum olduğu optimal bir kapital strukturunu formalaşdırmaq.

Göründüyü kimi, maliyyə göstəricilərinin səhv və manipulyasiya ehtimalı yüksəkdir. Belə ki, bir sıra tədqiqatçılar tərəfindən müəyyən tənqidlər irəli sürülür ki, buraya bu göstəricilərin qısamüddətli olması və gələcəyə hədəflənməmə-

si, müştəri məmnuniyyəti, mal və xidmətlərin keyfiyyəti, işçilərin mənəvi vəziyyəti kimi amilləri ölçə bilməməsi aiddir.

Nəticə. Hazırda maliyyə göstəricilərinə daha çox nəzər yetirən menecerlər müəssisənin fəaliyyətinə təsir edən, lakin asanlıqla ölçülməyən bəzi vacib ölçüləri nəzərdən qaçırlar. Beləliklə, mühasibat sistemi tərəfindən hazırlanmış və keçmişdə qəbul edilmiş qərarların nəticələrini göstərən maliyyə göstəricilərinə əhəmiyyət verirlərkən, gələcək fəaliyyət meyarlarına lazımi əhəmiyyət verilmir. Klassik yanaşmada səmərəlilik ölçüsü kimi diqqət mənfəət, rentabellik və məhsuldarlığa yönəldilir. Müasir biznes mühitində isə fürsətləri əvvəlcədən görmək, öyrənmə sürəti, yenilik, keyfiyyət, rahatlıq, etibarlılıq və məsuliyyət kimi amillər çox vacib oldu. Müəssisələr cəmiyyətdəki dəyişikliklə yanaşı, qeyri-maliyyə meyarlarını istifadə edərək rəqabət üstünlüyü qazanmağa çalışmalıdırlar. Bundan əlavə, səmərəliliyin qiymətləndirilməsinin uğurlu olması üçün, ilk növbədə, əsas hədəflər müəyyənləşdirilməlidir. Hər bir qrupun əsas hədəfləri ilə birlikdə öz səmərəlilik hədəfləri təyin edilməli, qruplarının hədəfləri aydın, başa düşülən və əldə edilən olmalıdır. Göstəricilər sistemində həm keçmiş səmərəliliyi müşahidə edə biləcək, həm də gələcək səmərəliliyi planlaya biləcək məlumatlar daxil etməlidir. Sistemdəki bütün səmərəlilik meyarları bir-birini dəstəkləməli və aralarında uyğunsuzluq olmamaqla tərtib edilməlidir.

ƏDƏBİYYAT

1. Akgün A.İ., Günay B. Ekonomik katma dəyər (EVA) ilə borsada performans ölçütleri arasındakı ilişki. BİST finansal endeksine yönelik bulgular. İ. Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 2020, № 22 (3), səh. 405-425.
2. Çabuk A. və b. Finansal tablolar analizi. Eskişehir Anadolu Üniversitesi. 2013, 213 səh.
3. Koşan L., Karadeniz E. Türk imalat sektöründe küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerin finansal performansının dupont analiz tekniğiyle incelenmesi. Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2013, № 2, səh. 45-62.
4. Periasamy P.A. Textbook of Financial, Cost and Management Accounting. P.A. Periasamy-Mumbai. Himalaya publishing house. 2010, 680 p.
5. Tanç Ş.G. Yeni performans ölçüm yön-

temləri (faaliyyətə dayalı maliyetleme, performans karnesi və ekonomik katma değer) entegrasyonu ve örnek bir uygulama. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Aralık, 2012, cilt 14, sayı 2, səh. 203-230.

6. Волошук Л.А., Юдин М.А. Финансовый анализ: учебное пособие. К., «Освита України». 2012, 328 с.

7. Когденко В.Г. Методика комплексного анализа показателей рентабельности по данным консолидированной отчетности. М., Экономический анализ: теория и практика, 2013, № 24 (327), с.10-17.

8. Якубович М.А. Проблемы оценки эффективности функционирования компаний. М, Плано-экономический отдел. 2005, № 1, с. 78-81.

9. Akgüç Ö. Finansal Yönetim. İstanbul, Avciol Basım Yayın, 2010, səh. 1000, 427.

E.Zeynalli

Financial performance indicators

Abstract

The paper explores the essence of financial indicators of efficiency assessment, which is an important aspect of analyzing the financial and economic activity of an enterprise, their difference with non-financial indicators, and the ground for their widespread use. The factors have been interpreted based on an analysis of the profitability of sales, assets, and private capital as the main financial indicators, and the procedure for its calculation and analysis, exemplified by the grain processing and wine-producing enterprises.

Э.Зейналлы

Финансовые показатели эффективности

Аннотация

В статье исследуется сущность финансовых показателей оценки эффективности, которые являются важным аспектом анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия, в отличие от их нефинансовых показателей, основанием для широкого использования этих показателей. Интерпретация коэффициентов проводилась путем анализа рентабельности продаж, активов и частного капитала, методики ее расчета и анализа, на примере предприятий зерновой и винодельческой промышленности как основных финансовых показателей.