

UOT 336.244.2**FİRMANIN İSTEHSAL MƏSRƏFLƏRİ VƏ
MƏNFƏƏT YENİ BAXIŞ BUCAGINDA****M.Y.YADULLA*****Bakı Dövlət Universiteti******mehribanyadulla@gmail.com***

Tədqiqatın məqsədini – müəssisələrin istehsal məsrəfləri və onların mənfəətinin araşdırılması və mənfəətinin maksimallaşdırılmasının səciyyəvi xüsusiyyətlərinin əsaslandırılması təşkil edir. Öz fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün firma müəyyən məsrəflər sərf edir ki, bunlar da zəruri istehsal amillərinin əldə edilməsi və istehsal olunan məhsulun reallaşması ilə bağlıdır. Bu məsrəflərin qiymətləndirilməsi firma məsrəflərinin müəyyən olunması üçündür. İstehsalın və istənilən məhsulun reallaşmasının ən rentabelli metodu firmanın məsrəflərini minimallaşdıran metoddur. Məsrəflərin mahiyyəti mühasibat və iqtisadi yanaşmalar mövqeyindən baxıla bilər. Müvafiq olaraq mühasibat məsrəfləri istifadə edilən resursların reallaşdırılmasının faktiki qiymətləri ilə dəyər qiymətləndirilməsini özündə əks etdirir. Mühasibat uçotu və statistik hesabatda müəssisənin məsrəfləri məhsulun maya dəyəri kimi çıxış edir. Məsrəflərin iqtisadi baxımdan anlaşılması resursların məhdud olması probleminə və onlardan alternativ istifadənin mümkünlüyünə əsaslanır. Mahiyyətə, bütünlükdə məsrəflər alternativ məsrəflərdir. İqtisadçının vəzifəsi odur ki, resursların daha optimal istifadəsini seçməyi bacarsın. Məhsul istehsalı üçün seçilən resursun iqtisadi məsrəfləri ondan daha yaxşı istifadə zamanı onun dəyərində bərabərdir. Əgər mühasibi firmanın əvvəlki fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi maraqlandırarsa, iqtisadçı həm də, firmanın fəaliyyətinin cari və xüsusən proqnozlaşdırılan qiymətləndirilməsi, mövcud resurslardan istifadənin daha optimal variantı da maraqlandırır. İqtisadi məsrəflər adətən mühasibat məsrəflərindən daha çoxdur – bunlar, məcmu alternativ məsrəflərdir.

Açar sözlər: firma, iqtisadi və mühasibat mənfəəti, məcmu gəlir, ümumi məsrəflər, ümumi və son hədd məsrəfləri

Firma məsrəfləri və mənfəəti ilə bağlı təcrübədə gerçəkləşən məqamların elmi-tədqiqat müstəvisində araşdırılması aktual səciyyə daşıyır. Bu baxımdan bizim tədqiqat işinin də predmetini firma mənfəətinin maksimallaşdırılması ilə bağlı səciyyəvi xüsusiyyətlər təşkil edir.

Bazar təsərrüfatının əsas elementlərindən biri firmadır. Firma dedikdə, istehsal fəaliyyəti ilə məşğul olan və təsərrüfat sərbəstliyinə malik olan (necə və hansı ölçüdə istehsal etmək, öz məhsulunu harada, kimə və hansı qiymətə satmaq) təşkilatdır.

mətə satmaq haqqında qərarların qəbulunda) iqtisadi subyekt başa düşülür. Firma mənfəətin maksimallaşdırılması məqsədilə, müəyyən iqtisadi rifahların istehsalı üçün resursları birləşdirir.

Ümumi halda mənfəət məcmu gəlirlə (total revenue) məcmu məsrəflər (total cost) arasındakı fərqdır:

$$TR-TC=\pi$$

Məsrəflərin özü xarici (aşkar) və daxili (qeyri-aşkar, gizli) olur. Xarici məsrəflərə xarici (konkret firmaya münasibətdə) təchizatçılara ödənişlər daxildir. Məcmu gəlirdən xarici məsrəfləri çıxdıqda, mühasibat mənfəətini əldə edirik. Mühasibat mənfəəti daxili (gizli) məsrəfləri nəzərə almır. Daxili məsrəflərə aiddir: 1) sahibkarın özünə məxsus olan resurslara məsrəflər, həmçinin 2) normal mənfəət, bu da sahibkarlıq bacarığı kimi vacib resursun payına düşəndir. Mühasibat mənfəətindən daxili məsrəfləri çıxdıqda, *iqtisadi mənfəəti* əldə edirik.



Şəkl. 1. Sahibkarın əldə etdiyi mənfəətin strukturu

Beləliklə, ancaq xarici məsrəfləri nəzərə alan mühasibat mənfəətindən fərqli olaraq, iqtisadi mənfəət əldə olunan gəlirdən həm xarici, həm də daxili məsrəflərin (normal mənfəət də daxil olmaqla) çıxılması yolu ilə müəyyən olunur. Daxili və xarici məsrəflər cəm halda iqtisadi və ya alternativ məsrəfləri təşkil edir. Bu o deməkdir ki, real mənfəətin həcmünün müəyyən edilməsi zamanı resursun elə qiymətinə əsaslanmaq lazımdır ki, sahibkar onu daha yaxşı istifadə zamanı əldə edə bilsin.

İqtisadi məsrəflər firmanın fəaliyyətinin qiymətləndirilməsində mühasibin və iqtisadçının yanaşmaları arasındakı fərqi anlamağa imkan verir. Mühasibi hər şeydən əvvəl, müəyyən (hesabat) dövr ərzində firmanın fəaliyyətinin nəticələri maraqlandırır. O, keçmiş, firmanın fəaliyyətindəki mövcud təcrübəni təhlil edir. İqtisadçını isə, əksinə, firmanın gələcəyi, onun fəaliyyətinin perspektivləri maraqlandırır. Məhz buna görə də, o, malik olduğu resurslardan istifadənin daha yaxşı alternativlərinin qiymətlərini diqqətlə

izləyir. Mühasibat və iqtisadi mənfəətin müqayisəsinə cədvəldə nəzər salaq:

Cədvəl 1

İqtisadi və mühasibat mənfəətinin hesablanması nümunə

Tərkibi	Mühasibat hesablanması (min p.v.)	İqtisadi hesablanma (min p.v.)
Mənfəət	1500	1500
Xarici məsrəflər o cümlədən:	1200	1200
a) xammal və materiallar	525	525
b) yanacaq və enerji	150	150
s) əmək haqqı	375	375
d) 10% bazar dərəcəsi ilə borc vəsaitləri üzrə (1000) %	150	150
Daxili məsrəflər o cümlədən	-	375
Sahibkarın vaxtının alternativ qiyməti	-	75
10% illik dərəcə ilə şəxsi kapitalın (2000) alternativ qiyməti	-	300
Mühasibat mənfəəti (1-2)	300	-
İqtisadi (xalis) mənfəət (1-2-3)	-	-75

Cədvəl aydın olaraq göstərir ki, mühasibat yanaşmasında firma 300 min p.v. əldə edib, mənfəət norması 20% (300/1500) təşkil edib. Amma daxili məsrəfləri nəzərə alsaq, aydın olar ki, firma zərərə uğrayıb, bunun da kəmiyyəti keçən il 75 min p.v. təşkil edib.

Firmanın iqtisadi fəaliyyətinin daha təfəsilatı ilə təhlili üçün məcmu, orta və son hədd gəlir anlayışlarına baxaq.

Məcmu gəlir (total revenue –TR)-firmanın müəyyən rifah kəmiyyətinin satışından əldə etdiyi gəlirdir:

$$TR = P \times Q,$$

burada P(price)-qiymət, Q(quantity) –satılan rifah kəmiyyətidir.

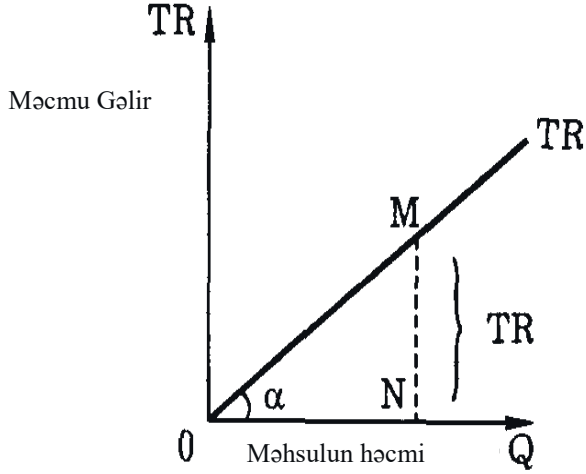
Orta gəlir (average revenue –AR) –satılan rifahın hər vahidinə düşən gəlir. Təkmil rəqabət şəraitində orta gəlir bazar qiymətinə bərabərdir:

$$AR = TR/Q = (P \times Q)/Q = P$$

Son hədd gəlir (marginal revenue-MR) gəlirin artmasıdır ki, bu da məhsulun buraxılışının sonsuz sayda kiçik həcmdə artması hesabına yaranır:

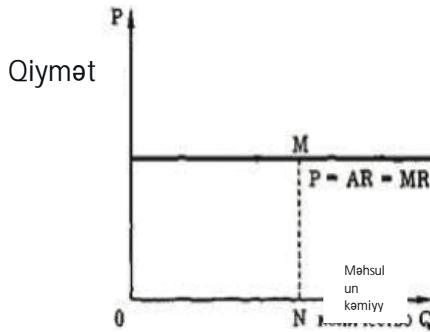
$$MR = \Delta TR / \Delta Q = \Delta (P \times Q) / \Delta Q = P.$$

Absis oxunda məhsulun həcmi, ordinat oxunda isə məcmu gəliri göstərsək, gəlirin məhsuldan asılılığı koordinat başlanğıcından çıxan xətt formasında təsvir olunacaq:



Şək. 2. Məcmu gəlir
Qrafikə əsasən, $AR=TR/Q=MN/ON=tg\alpha=MR=P$.

İstehsalçıların sonsuz sayıda çox olduğu təkamil rəqabət şəraitində onlardan heç biri istehsal olunan məhsulun qiymətinə əhəmiyyətli təsir göstərə bilmir. Firmalar üçün qiymət onların iradəsindən və arzularından asılı olmayaraq, obyektiv olaraq formalaşır, nəticədə firmalardan hər biri qiyməti əldə edən qismində çıxış edir. Ona görə də absis oxunda məhsulun kəmiyyətini, ordinat oxunda isə məhsulun qiymətini təsvir etsək, onda onların qarşılıqlı əlaqəsi düz, absis oxuna paralel olacaq (şəkil 3). İqtisadi nöqtəyi-nəzərdən bu o deməkdir ki, tələbin qiymət üzrə elastikliyi sonsuz böyükdür.

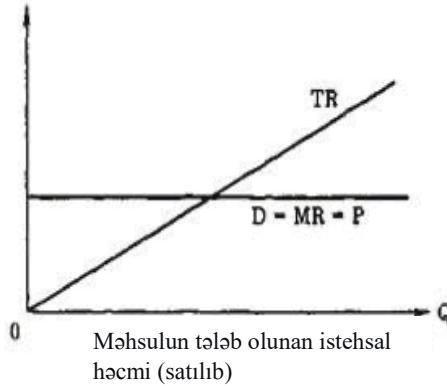


Şək. 3. Təkamil rəqabət şəraitində qiymət, orta və son hədd gəliri

Bu qrafikləri birləşdirdikdə, biz ayrıca firma üçün elementar tarazlıq şərtlərini əldə edirik: son hədd gəlir əyrisi ilə məcmu gəlir əyrisinin kəsiş-

məsi mövcud qiymət səviyyəsində istehsalın tarazlı həcmi göstərir (şəkil 4).

Orta, son hədd
qiyməti və məcmu
gəlir
P, AR, MR, TR



Şək. 4. Təkmil rəqabət şəraitində tələb, son hədd və məcmu gəlir.

Məsraflərin təhlilinə keçək. Firma nəzəriyyəsində vaxt amili böyük rol oynayır. Ona görə də məsrafləri xarakterizə edərkən, qısamüddətli və uzunmüddətli vaxt anlayışlarını nəzərdən keçirək.

Qısamüddətli (short-run) dövr – elə vaxt kəsiyidir ki, bu zaman istehsalın müəyyən faktorları daimi, digərləri-dəyişən olur. İstehsalın daimi faktorlarına bina və qurğuların ümumi ölçüləri, istifadə olunan maşın və avadanlıqların ümumi sayı, həmçinin sahə üzrə fəaliyyət göstərən firmaların sayı daxildir. Nəzərdə tutulur ki, qısamüddətli dövrdə yeni firmaların sahəyə daxil olması kifayət qədər məhduddur. Qısamüddətdə firma yalnız istehsal gücləri ilə yüklənmə səviyyəsini ölçməyə imkan tapar (iş vaxtının davamlılığının, xammaldan və s.dən istifadə kəmiyyətinin ölçülməsi yolu ilə).

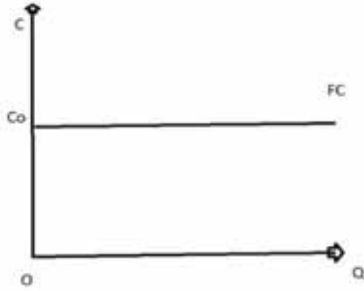
Uzunmüddətli (long-run) dövr – elə vaxt kəsiyidir ki, bu zaman bütün faktorlar dəyişən olur. Uzunmüddətli dövrdə firma bina və avadanlıqların ümumi ölçülərini, maşın və avadanlıqların və s.nin kəmiyyətini, sahə isə burada fəaliyyət göstərən firmaların sayını dəyişmək imkanına malikdir. Uzunmüddət elə dövrdür ki, bu zaman sahəyə daxil olmaq və sahədən çıxmaq üçün məhdudiyyətlər aradan qaldırılır. Bütün istehsal faktorlarının daimi olduğu ani dövrdən və faktorların bir hissəsinin daimi, bir hissəsinin isə dəyişən olduğu qısamüddətli dövrdən fərqli olaraq, uzunmüddətli dövrdə firma bütün istehsal parametrlərini dəyişə bilər. Üç dövrün fərqləndirilməsi təkmil rəqabət, xalis inhisar, oliqopoliya, inhisarçı rəqabət və digər inhisarçı strukturlar növündə məsraflərin təhlili və firmanın davranışının xüsusiyyətləri üçün böyük əhəmiyyətə malikdir.

Daimi məsraflər (fixed cost) qısamüddətli dövrdə istehsal həcmi artırması və ya azalması ilə kəmiyyəti dəyişməyən məsraflərdir. Daimi məs-

rəflərə bina və qurğuların, maşın və istehsal avadanlıqlarının istifadəsi, icarə, əsaslı təmirlə bağlı məsrəflər, həmçinin inzibati xərclər aiddir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, inzibati xərclər və təmir üzrə xərclər müəyyən dərəcədə istehsalın ölçülərindən asılı olduğundan, müəyyən şərtliliklə daimi məsrəflərə aid edilir.

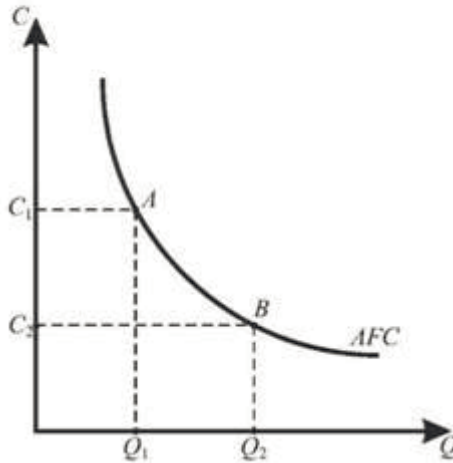
Daimi məsrəflər anlayışını qrafikdə nümayiş etdirək:



Şəkil 5. Daimi məsrəflər

Absis xəttinə istehsal olunmuş məhsulun kəmiyyəti, ordinat oxuna isə məsrəfləri qoyaq. Onda daimi məsrəflər əyrisi absis oxuna paralel olacaq. Bu adətən FC ilə işarələnir.

$$AFC = \frac{FC}{Q}$$



Şəkil 6. Daimi orta məsrəflər əyrisi

İstehsal həcmi artırması ilə ümumi mənfəət artdığından, məhsul vahidinə düşən daimi orta məsrəflər daha az həcmdə olur. Daimi orta məsrəflər AFC (average fixed cost) kimi işarələnir:

$$AFC = FC/Q, \text{ burda } Q \text{ - istehsalın həcmidir.}$$

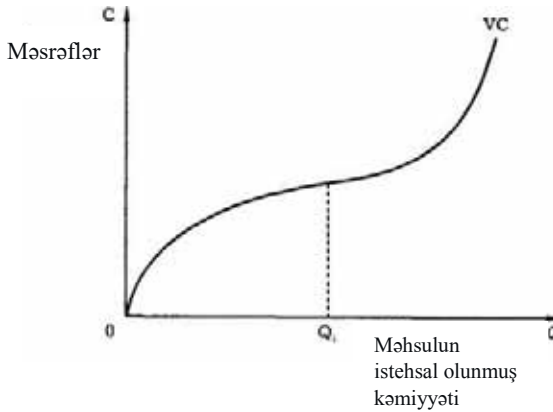
Daimi məsrəflərlə yanaşı dəyişən məsrəfləri də ayırırlar ki, bunlar da istehsalın həcmi dəyişməsinə asılıdır.

Dəyişən məsrəflər (variable cost)- kəmiyyəti istehsal həcminin artmasından və ya azalmasından asılı olan məsrəflərdir. Dəyişən məsrəflərə xammal, elektrik enerjisi, köməkçi materiallar, əməyin ödənişinə olan məsrəflər daxildir. Onlar VC kimi işarələnir.

Kəmiyyəti istehsalının həcmindən asılı olmayan daimi məsrəflərdən fərqli olaraq, dəyişən məsrəflər məhsul buraxılışına proporsional olaraq artır və ya azalır.

İstehsalın təşkilinin ilkin mərhələsində dəyişən məsrəflər istehsal olunan məhsuldan daha böyük tempə artır (şəkil 7).

İstehsalın optimal ölçülərinə nail olduqdan sonra (Q nöqtəsində), dəyişən məsrəflərin nisbətən qənaəti baş verir. Amma istehsalın sonradan genişlənməsi dəyişən məsrəflərin yeni artımına gətirib çıxarır, bu zaman buraxılışın çoxalması məsrəflərin istehsalın artımından daha sürətli artımını tələb edir.

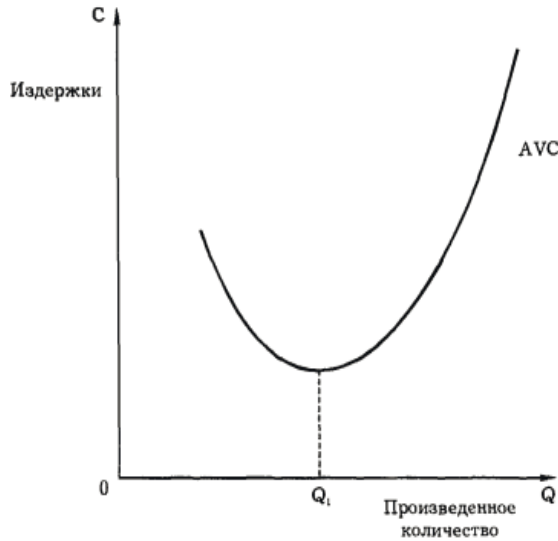


Şək. 7. Dəyişən məsrəflər

Orta dəyişən məsrəflər AVC (average variable cost) dəyişən məsrəflərin məhsul həcmi Q-ə nisbəti yolu ilə müəyyən olunur:

$$AVC=VC/Q$$

Müəssisənin texnoloji cəhətdən optimal ölçüsünə nail olduqda, onlar öz minimumuna çatır (şəkil 8).



Şək. 8. Orta dəyişən məsrəflər əyrisi

Orta dəyişən məsrəflər anlayışı firmanın təsərrüfatçılığının səmərəliliyinin, tarazlıq vəziyyətinin və yaxın inkişaf perspektivlərinin – istehsalın genişlənməsi, azaldılması və ya sahədən çıxmasının müəyyən edilməsi üçün zəruridir. Daimi və dəyişən məsrəflərin fərqləndirilməsi istehsal prosesinin təhlili və müxtəlif bazar strukturları şəraitində firmanın davranışının təhlili üçün mühüm əhəmiyyət daşıyır.

Ümumi məsrəflər (total cost) - firmanın qısamüddətli dövrdə məhsul istehsalı ilə əlaqədar, daimi və dəyişən xərclərinin cəmidir. O, TC və ya C ilə işarələnir. Ümumi məsrəflər istehsal olunmuş məhsulun funksiyası kimi çıxış edirlər:

$$(Q):TC=f(Q).$$

Ümumi məsrəflər daimi və dəyişən məsrəflərin cəmini əks etdirir:

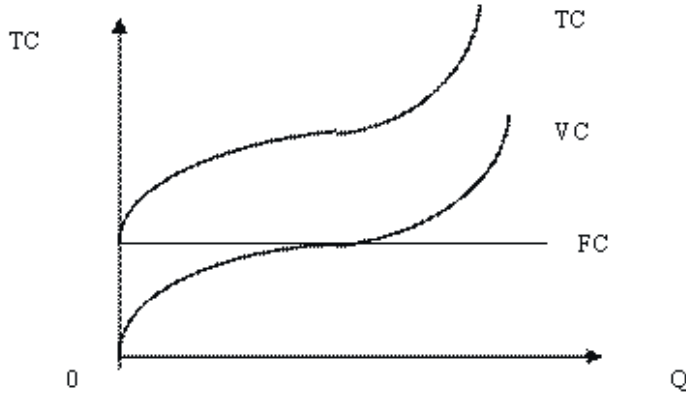
$TC=FC+VC$, burada FC (fixed cost) - daimi məsrəflər; VC (variable cost)-dəyişən məsrəflərdir.

Qrafik baxımından bu, daimi və dəyişən məsrəflər əyrilərinin cəmidir (şəkil 9). Orta ümumi məsrəfləri ümumi məsrəflərin buraxılmış məhsulun kəmiyyətinə bölünməsi:

$$ATC=TC/Q$$

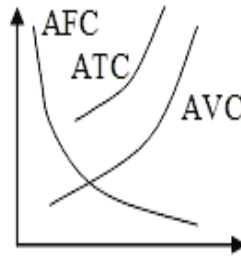
və ya orta dəyişən (AVC) və orta daimi (AFC) məsrəflərin cəmlənməsi yolu ilə də almaq olar:

$$ATC=AFC+AVC=(FC+VC)/Q.$$



Şəkil 9. Dəyişən, daimi və ümumi məsrəflər əyrisi

Bəzən orta ümumi məsrəflər (ATC) qısa olaraq, AC ilə də işarələnir. Qrafik baxımdan, ATC –ni AFC və AVC əyrilərinin cəmlənməsi yolu ilə əldə edə bilərik (şəkil 10).



Şəkil 10. Orta ümumi məsrəflər

Orta ümumi məsrəflər anlayışı firma nəzəriyyəsi üçün böyük əhəmiyyətə malikdir. Ümumi orta məsrəflərin qiymətlərin səviyyəsi ilə müqayisəsi mənfəətin kəmiyyətini müəyyən etməyə imkan verir. Mənfəət ümumi mənfəət (TR-total revenue) və ümumi məsrəflər (TC) arasında fərkdir. Bu fərq firmanın fəaliyyətində düzgün strategiya və taktikanı seçməyə imkan verir.

Son hədd məsrəflər (marginal cost) – istehsalın sonsuz kiçik artımı sayəsində ümumi məsrəflərin artmasıdır. Son hədd məsrəflər dedikdə, adətən məhsulun son vahidinin istehsalı ilə bağlı olan məsrəflər başa düşülür:

$$MC = \Delta TC / \Delta Q = \Delta (FC + VC) / \Delta Q = \Delta FC / \Delta Q + \Delta VC / \Delta Q = f(Q).$$

Bu düsturdan görünür ki, daimi məsrəflər son hədd məsrəflərinin kəmiyyətinə təsir etmir. Son hədd məsrəflər, ancaq dəyişən məsrəflərdən törəmə funksiyadır:

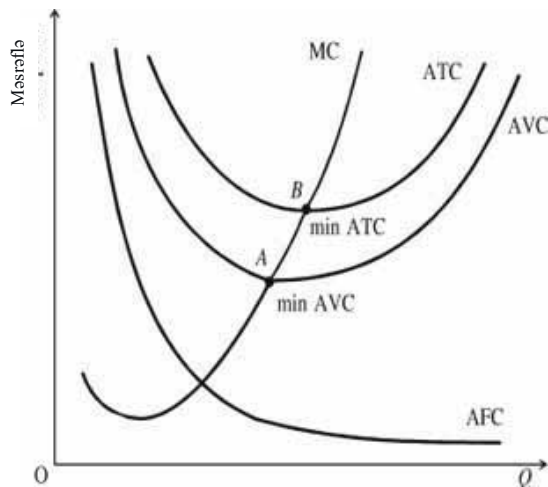
$$MC = \Delta VC / \Delta Q.$$

$MC < AC$ olanda, orta məsrəflər əyrisi aşağı gedir: məhsulun hər yeni vahidinin istehsalı orta məsrəfləri azaldır;

$MC > AC$ olanda, orta məsrəflər əyrisi yuxarı gedir: məhsulun hər yeni vahidinin istehsalı orta məsrəfləri artırır;

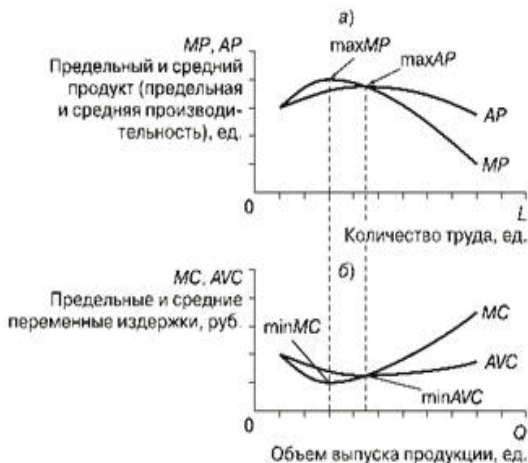
$AC = \min$ olanda, $MC = AC$.

Son hədd məsrəflərinin əyrisi orta dəyişən məsrəflər və orta ümumi məsrəflər əyrilərini onların minimum əhəmiyyətli nöqtələrində kəsir (şəkil 11).



Şəkil 11. Orta və son hədd məsrəflər

Son hədd və orta məhsuldarlığın, həmçinin son hədd və orta dəyişən məsrəflər əyrisinin qarşılıqlı əlaqəsini xarakterizə edən qrafiklər güzgü kimi simmetrikdirlər (şəkil 12).



Şəkil 12. Orta və son hədd məsrəflərinin və orta və son hədd məhsuldarlığının qarşılıqlı əlaqəsi.

İşgüzar müəssisələrin əsas formaları xüsusi sahibkarlıq şirkətləri və korporasiyalar, dövlət tərəfindən tənzimlənən şirkətlər, istehlak kooperativləri və mənfəətlə işləməyən təşkilatlar, əməkdaşlıq və özünüidarə edən şirkətlərdir. Bunların içərisində ən çox yayılmış olanlar xüsusi sahibkarlıq şirkətləri, əməkdaşlıq və korporasiyalardır. Bu formaları bir-biri ilə müqayisə etsək, məlum olar ki, şirkətlərin ümumi sayının 70 faizdən çoxu xüsusi sahibkarlıq şirkətlərinin payına düşür, amma ABŞ-da məcmu buraxılışın, ancaq 6-7%-i bunların payına düşür, əməkdaşlıq-ümumi saydan 10%-dir, buraxılışın 4-5%-i, korporasiyalar ümumi sayın 18-19 faizini təşkil etsə də, məcmu buraxılışın 88-90%-i onların üzərinə düşür. İşgüzar müəssisələrin üstünlük və çatışmazlıqları ilə yaxından tanış olduqda, bu paradoksu asanlıqla izah etmək olar. Belə təhlil ilk dəfə olaraq, A.Alçian (1914-2013) və H.Demeses (1930-2019) tərəfindən 1970-ci illərdə verilmişdir.

ƏDƏBİYYAT

1. Антикризисное управление предприятием: учебное пособие / В.В.Жариков, И.А.Жариков, А.И.Евсейчев. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, - 2009.
2. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Сборник задач, заданий, тестов / Воронина В.М., Лапаев А.П., Михайлова О.П. - Оренбург: ГОУ ОГУ, - 2004, – 65 с.
3. Бюджетирование в деятельности предприятия: учебное пособие / Наумова Н.В., Жарикова Л.А. - Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, - 2018

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ИЗДЕРЖКИ И ПРИБЫЛЬ ФИРМЫ С НОВОЙ ТОЧКИ ЗРЕНИЯ

М.Я.ЯДУЛЛА

РЕЗЮМЕ

Для осуществления своей деятельности предприятие несет определенные затраты, связанные с приобретением необходимых производственных факторов и реализацией произведенной продукции. Оценка этих затрат является затратами фирмы. Наиболее рентабельным методом производства и реализации любого продукта считается тот, который минимизирует издержки фирмы. Сущность затрат можно рассматривать с позиций бухгалтерского и экономического подходов. Соответственно бухгалтерские затраты представляют собой стоимостную оценку используемых ресурсов в фактических ценах их реализации. Затраты предприятия в бухгалтерском учете и статистической отчетности представляются в виде себестоимости продукции. Экономическое понимание затрат основано на проблеме ограниченности ресурсов и возможности их альтернативного использования. По сути, все затраты являются альтернативными издержками. Задача экономиста состоит в том, чтобы выбрать наиболее оптимальное использование ресурсов. Экономические затраты ресурса, выбранного для производства товара, равны его стоимости (стоимости) при наилучшем (из всех возможных) вариантах его использования. Если бухгалтера в основном интересует оценка деятельности фирмы в прошлом, то экономиста, кроме того, интересует

текущая и особенно прогнозируемая оценка деятельности фирмы, поиск наиболее оптимального варианта использования имеющихся Ресурсы. Экономические издержки обычно выше бухгалтерских издержек — это совокупные альтернативные издержки.

Ключевые слова: фирма, экономический и бухгалтерский прибыль, максимальный прибыль, общие расходы, общий и максимальный расход

PRODUCTION COSTS AND FIRM PROFITS FROM A NEW PERSPECTIVE

M.Ya.YADULLA

SUMMARY

To carry out its activities, the company incurs certain costs associated with the acquisition of the necessary production factors and the sale of manufactured products. The valuation of these costs is the costs of the firm. The most cost-effective method of production and sale of any product is considered to be one that minimizes the costs of the firm.

The essence of costs can be viewed from the standpoint of accounting and economic approaches. Accordingly, accounting costs are the cost estimate of the resources used in the actual prices of their implementation. The costs of the enterprise in the accounting and statistical reporting are in the form of the cost of production.

The economic understanding of costs is based on the problem of limited resources and the possibility of their alternative use. Essentially, all costs are opportunity costs. The task of the economist is to choose the most optimal use of resources.

The economic costs of the resource chosen for the production of a good are equal to its cost (value) under the best (of all possible) options for its use. If the accountant is mainly interested in the assessment of the firm's performance in the past, then the economist, in addition, is interested in the current and especially the predicted assessment of the firm's performance, the search for the most optimal option for using the available resources. Economic costs are usually higher than accounting costs - these are aggregate opportunity costs.

Keywords: firm, economic and accounting profit, maximum profit, total expenses, total and maximum expenses