

## МАРЖИНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ В СИСТЕМЕ ФИНАНСОВОГО И ОПЕРАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

*Ключевые слова: переменные и постоянные затраты; объем продаж; доходы; прибыль; безубыточные объемы продаж; объемы продаж для получения заданной величины прибыли.*

**Введение.** Вопросы применения маржинального анализа в системе финансового и операционного менеджмента все активнее обсуждаются в отечественной экономической литературе. В то же время среди ученых-экономистов еще не достигнуто единства мнений по понятиям, связанным с вышеуказанным методом анализа.

**Целью и задачами исследования** являются уточнение русскоязычной трактовки понятийного аппарата, сущности и содержания понятий затрат на производство и доходов, рассмотрение структуры доходов как источников возмещения переменных и постоянных издержек производства, а превышающую часть как прибыль хозяйствующего субъекта.

Как известно метод маржинального анализа базируется на изучении соотношения между тремя группами важнейших экономических показателей – издержками, объемом производства (реализации) продукции и прибылью – и прогнозированием величины каждого из этих показателей при заданном значении других. При этом производственные и сбытовые затраты в зависимости от изменения объема деятельности организации подразделяются на переменные (пропорциональные) и постоянные (непропорциональные) [1, с. 288].

В экономической литературе применяются такие понятия, как маржинальная прибыль, валовая маржа, маржа покрытия, которые определяются как разность выручки и переменных издержек, которая включает в себя постоянные затраты и прибыль. Чем больше его величина, тем больше вероятность покрытия постоянных затрат и получения прибыли от производственной деятельности [1, с. 288; 2, с. 39].

В другом случае маржинальный доход рассматривается как превышение выручки с продаж над совокупными издержками, относящимися к определенному уровню

продаж, а маржа прибыли как относительную прибыль, исчисленную в процентах к реализованной продукции или к капиталу. Понятие маржа прибыли приравнивается к понятию «рентабельность» [3, с. 376].

Маржа (от фр. *marque* – поле (страницы), край – термин, применяемый в банковской, биржевой, торговой, страховой практике для обозначения разницы между процентными ставками, курсами ценных бумаг, ценами товаров и другими показателями [4, с. 490].

Методологической основой уточнения сущности вышеуказанных понятий является разграничение понятий издержек производства и его результатов.

Общие (валовые) издержки на произведенное количество товара – это все издержки на данный момент времени, необходимые для производства того или иного товара, которые в учетно-экономической системе подразделяются на постоянные и переменные.

Постоянные издержки – это те, которые предприятие должно нести в любом случае и которые до определенной степени мало зависят от объема производства. Речь идет о здании, освещении, оплате труда управленческого и административного аппарата и т.д.

Переменные издержки – те, которые связаны с затратами на покупку сырья, рабочей силы, и применение которых непосредственно сказывается на объеме производимой продукции (чем больше продукции, тем больше объем используемого сырья) [5, с. 244].

Результатом производственно-хозяйственной деятельности является сумма полученного дохода. Доход – денежные и материальные ресурсы, поступающие юридическим и физическим лицам после завершения производственного цикла. В более широком плане – выручка и другие денежные

средства, поступающие на предприятие [3, с. 218].

Сопоставление суммы полученного дохода с издержками на производство и продажу продукции позволяет определить ее финансовый результат. При этом часть дохода возмещает переменные издержки, другая – постоянные издержки, а третья, если это имеет место, составляет прибыль хозяйствующего субъекта.

Отсюда, по нашему мнению, часть дохода, возмещающая постоянные издержки никак не может быть отнесена к понятию маржинальной прибыли (валовой маржи), которая сводится сумме постоянных затрат и прибыли хозяйствующего субъекта.

При этом даже в случае убыточности производства часть дохода, возмещающая постоянные издержки, будет характеризовать сумму маржинальной прибыли (валовой маржи), по которой предлагается ранжировать отдельные виды продукции и отдельные сегменты предприятия по уровню рентабельности [1, с. 289].

В зависимости от метода распределения постоянных издержек на долю более трудоемких или материалоемких видов продукции будет приходиться большая сумма расходов по организации и управлению производством, и они окажутся на высоких ступенях рангов по оценке эффективности производства, будучи даже убыточными по результатам продажи.

Более того, данный подход не мобилизует товаропроизводителей на снижение постоянных издержек, в том числе расходов по организации и управлению производством.

Без прибыли невозможно выжить в условиях конкуренции. Необходимо учитывать сильную конкуренцию, с которой встречаются фирмы не только на рынке, где они продают свои товары, но и на финансовом рынке, где они получают кредиты. Чем выше прибыль фирмы, тем ей легче удержаться на обоих рынках. Когда существует сильная конкуренция, фирма не максимизирующая свою прибыль погибает [6, с. 334].

Как известно, одним из факторов увеличения прибыли хозяйствующего субъекта является минимизация издержек производства на единицу продукции, которая достигается управлением переменных издержек, а удельные постоянные издержки уменьшаются с увеличением объема производства. Поэтому подразделение совокупных издержек на переменные и постоянные позволяет управлять себестоимостью произведенной продукции, которая является одним из определяющих факторов, обеспечивающих конкурентоспособность хозяйствующих субъектов.

Разница между общей суммой дохода и ее частью, покрывающей сумму переменных издержек, составляет сумму покрытия постоянных издержек и прибыль хозяйствующего субъекта, которые являются самостоятельными понятиями по сущности и содержанию.

Расчеты, приведенные в таблице, показывают, что убыток, полученный от продажи изделия А уменьшает сумму прибыли, полученной хозяйствующим субъектом от продажи изделий В и С.

Таблица Анализ доходности изделий\*

Показатели	Изделия		
	А	В	С
1. Объем продаж (О), шт.	800	750	500
2. Выручка от продажи (В), тыс. руб.	80,0	90,0	75,0
3. Цена единицы изделия (Ц), руб.	100,0	120,0	150,0
4. Полная себестоимость (С), тыс. руб.	88,0	67,5	52,5
5. Себестоимость единицы изделия (Сед), руб.	110,0	90,0	105,0
6. Переменные затраты всего (Зпер), тыс. руб.	48,0	56,25	48,759
7. Переменные затраты на ед. изд. (Зпер ед), руб.	60,0	75,0	7,5
8. Постоянные затраты всего (Зпост), тыс. руб.	40,0	11,25	3,75
9. Постоянные затраты на ед. изд. (Зпост ед), руб.	50,0	15,0	7,5
10. Прибыль (П), убыток (У) (п.2 – п. 4), тыс. руб.	-8,0	+22,5	+22,5
11. Доля выручки за исключением суммы, покрывающей переменные затраты, в общей сумме выручки (д) [(п.2 – п. 6): п. 2]	0,4	0,375	0,35

\* Исходные данные [1, с. 291].

При этом могут быть приняты следующие варианты управленческих решений:

а) обеспечение безубыточности, а в последующем и прибыльности продажи изделия А;

б) вывод изделия А с рынка.

Обеспечение безубыточности производства может быть достигнуто путем сокращения переменных затрат за счет рационального использования сырья и материалов и снижения прочих прямых затрат. Другим путем решения проблемы является увеличение объема производства при относительно неизменном уровне переменных затрат, что позволит снизить сумму постоянных затрат на единицу изделия.

В случае вывода изделия А с рынка сумма прибыли от продажи изделий В и С составит 45,0 тыс. руб. Но с учетом возмещения постоянных затрат, приходящих на долю изделия А (40,0 тыс. руб.), сумма прибыли хозяйствующего субъекта составит 5,0 тыс. руб.

Для обеспечения суммы прибыли, достигнутой до диверсификации производства, необходимо освоить производство нового безубыточного вида изделия или увеличить объемы производства изделий В или С, или увеличить их объемы производства одновременно.

Для принятия управленческих решений необходимо определить безубыточные объемы их производств, которые рассчитываются по формуле:

$$O_{\text{безуб}} = \frac{Z_{\text{пос}}}{D}, \quad (1)$$

где  $Z_{\text{пос}}$  – постоянные затраты всего, тыс. руб.;

$D$  – доля выручки за исключением суммы, покрывающей переменные затраты, в общей сумме выручки.

Тогда безубыточные объемы производства составят:

✓ при увеличении объема производства только изделия В (11,25 тыс. руб. + 40,0 тыс. руб.):  $0,375 = 136,6$  тыс. руб., или 1138 шт. (136,6 тыс. руб.: 120 руб.);

✓ при увеличении объема производства только изделия С (3,75 тыс. руб. + 40,0 тыс. руб.):  $0,35 = 125,0$  тыс. руб., или 833 шт. (125,0 тыс. руб.: 150 руб.).

При сохранении производства изделий В и С в сложившихся соотношениях сумма постоянных затрат, приходящих на долю

изделия А (40,0 тыс. руб.) распределяется между ними в пропорциях 0,75:0,25 (11,25 тыс. руб. + 3,75 тыс. руб.), то есть 30,0 и 10,0 тыс. руб. соответственно. Тогда безубыточные объемы производства составят:

✓ изделия В (11,25 тыс. руб. + 30,0 тыс. руб.):  $0,375 = 110,0$  тыс. руб., или 917 шт. (110,0 тыс. руб.: 120 руб.).

✓ изделия С (3,75 тыс. руб. + 10,0 тыс. руб.):  $0,35 = 39,3$  тыс. руб., или 262 шт. (39,3 тыс. руб.: 150 руб.).

Расчет объемов производства изделий, обеспечивающих сумму прибыли, достигнутой хозяйствующим субъектом до диверсификации производства, осуществляется по формуле:

$$O = \frac{Z_{\text{пос}} + \Pi}{C - Z_{\text{пер ед}}}, \quad (2)$$

где  $Z_{\text{пос}}$  – постоянные затраты всего, тыс. руб.;

$\Pi$  – прибыль, тыс. руб.;

$C$  – цена единицы изделия, руб.;

$Z_{\text{пер ед}}$  – переменные затраты на единицу изделия, руб.

Тогда объемы производства изделий, обеспечивающие сумму прибыли, достигнутой хозяйствующим субъектом до диверсификации производства, составят:

✓ при увеличении объема производства только изделия В (11,25 тыс. руб. + 40,0 тыс. руб. + 22,5 тыс. руб.): (120 руб. – 75,0 руб.) = 1638 шт.;

✓ при увеличении объема производства только изделия С (3,75 тыс. руб. + 40,0 тыс. руб. + 22,5 тыс. руб.): (150 руб. – 97,5,0 руб.) = 1262 шт.

При сохранении производства изделий В и С в сложившихся соотношениях:

✓ изделия В (11,25 тыс. руб. + 30,0 тыс. руб. + 22,5 тыс. руб.): (120 руб. – 75,0 руб.) = 1416 шт.;

✓ изделия С (3,75 тыс. руб. + 10,0 тыс. руб. + 22,5 тыс. руб.): (150 руб. – 97,5,0 руб.) = 690 шт.

Полученные величины показывают, что безубыточные объемы продажи изделий это их количество, которое нужно произвести и реализовать для покрытия сумм переменных и постоянных затрат, а превышение их значений – для получения соответствующих сумм прибыли.

Вышеизложенные подходы служат для обоснования оптимального варианта управленческих решений, касающихся определе-

ния безубыточного объема продаж, исчисления необходимого объема продаж для получения заданной величины прибыли по каждому виду продукции и в целом по ор-

ганизации, что позволяет глубже понять соотношение между затратами и доходами при долгосрочном и краткосрочном планировании ее деятельности.

### **Библиографический список**

1. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. 4-е изд. перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 512 с.

2. Проняева Л.И. Анализ эффективности инновационно-инвестиционной деятельности в процессе воспроизводства // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 41 (206). – С. 33-40.

3. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. Изд. 2-е перераб. доп. – М.: Книжный мир, 2006. – 860 с.

4. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. 6-е изд., доп. – М.: Институт новой экономики, 2004. – 1376 с.

5. Экономическая теория (политэкономика): учебник / Под общ. ред. акад. В.И. Видянина, акад. Г.П. Журавлевой. 4-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 640 с.

6. Хорин А.Н., Керимов В.Э. Стратегический анализ: учебное пособие. 2-е издание, перераб. и доп. – М.: Эксмо, 2009. – 480 с.

### **Сведения об авторах**

1. **Хабиров Гамир Ахметгалеевич**, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой бухгалтерского учета и анализа ФГОУ ВПО Башкирский ГАУ, г. Уфа, ул. 50-летия Октября, 34, ком. 418/1. Тел.: 8 (347) 252-12-56, e-mail: zavbuh@bsau.ru.

2. **Хабиров А.Г.**, кандидат экономических наук, заместитель управляющего ГУ отделение Пенсионного фонда РФ по РБ. Тел. 8 (347) 229-71-10.

В статье изложена русскоязычная трактовка понятийного аппарата, уточнены сущность и содержание понятий затраты на производство и доходы, рассмотрена струк-

тура доходов как источников возмещения переменных и постоянных издержек производства, а превышающую часть как прибыль хозяйствующего субъекта.

G. Habirov, A. Habirov

## **MARQE ANALYSIS IN SYSTEM FINANCIAL AND OPERATIONAL MANAGEMENT**

**Key words:** *variables and constant expenses, sales volume, incomes, profit, break-even sales volumes, sales volumes for reception of the set size of profit.*

### **Authors' personal details**

1. **Habirov G.**, Doctor of Economic Science, the professor, head at the book and analysis Chair, Federal State Educational Establishment of Higher Professional Education Bashkir State Agrarian University, Ufa, 50-letiya Ocutyabrya str., 34, room 418/1. Phone: 8 (347) 252-12-56, e-mail: zavbuh@bsau.ru.

2. **Habirov A.**, Candidat of Economic Science, the assistant to the managing director official body branch of a pension fund of the Russian Federation on Republic Bashkortostan. Phone: 8 (347) 229-71-10.

In article the Russian-speaking treatment of the conceptual device is stated, the essence

and the maintenance of concepts of an expense for manufacture and incomes are specified, the