

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОВЕДЕНИЯ МАРЖИНАЛЬНОГО АНАЛИЗА В ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТАХ

Мамажонов А.Т.

заведующий кафедрой «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» Андиганского института сельского хозяйства и агротехнологий.

ARTICLE INFO.

Ключевые слова: финансовый контроль, документальная проверка, стратегический план, нарушения, недостатки, документальная проверка..

Абстракт:

Современный бухгалтер должен быть аналитиком, оказывать помощь менеджерам предприятия при выполнении ими определенных функций при обосновании управленческих решений. Большую роль при этом играет маржинальный анализ, методика которого базируется на изучении соотношения между тремя группами важнейших экономических показателей «издержки – объем производства (реализации) продукции -прибыль» и прогнозировании критической и оптимальной величины каждого из этих показателей при заданном значении других. Данный метод управленческих расчетов называют анализом безубыточности или содействия доходу.

<http://www.gospodarkainnowacje.pl/> © 2023 LWAB.

Введение

Основу этой методики составляет деление операционных затрат в зависимости от изменения объема деятельности предприятия на переменные, то есть пропорциональные и постоянные, то есть непропорциональные и использование предельных величин. Предельные, маржинальные величины показывают характер и скорость изменения средних удельных величин исследуемых показателей. Их рассчитывают как разность предыдущих и последующих средних удельных величин, вязанных с производством добавочной единицы продукции. Маржинальный анализ позволяет установить, как изменяется средний уровень удельных показателей при изменении объема производства продукции на единицу. В западных странах широко используют на практике предельные и критические величины объемов продаж, себестоимости, прибыли, цены, постоянных затрат и их оптимизации.

Использование методики маржинального анализа позволит:

- более точно рассчитать влияние факторов на изменение суммы операционных затрат, прибыли и уровня рентабельности и на этой основе более эффективно управлять процессом формирования и прогнозирования

себестоимости продукции и финансовых результатов;

- определить критические уровни объема продаж, переменных затрат на единицу продукции, постоянных затрат, цены при заданной величине соответствующих факторов;
- установить зону безопасности предприятия;
- определить необходимый объем продаж для получения заданной величины прибыли;
- более точно оценить эффективность производства отдельных видов продукции или услуг, а также эффективность работы отдельных сегментов предприятия;
- обосновать наиболее оптимальный вариант управленческих решений, касающихся изменения производственной мощности, ассортимента продукции, ценовой политики, вариантов оборудования, технологии производства с целью минимизации затрат и увеличения прибыли.

В бухгалтерии предприятия для проведения маржинального анализа необходимо соблюдать следующие условия:

- необходимо деление издержек на переменные и постоянные по отношению к динамике объема производства или реализации продукции;
- изменение переменных издержек пропорционально объему производства или реализации продукции;
- отсутствие изменения постоянных издержек в пределах релевантного объема производства или реализации продукции, то есть в диапазоне деловой активности предприятия, который установлен исходя из производственной мощности предприятия и спроса на продукцию;
- тождество производства и реализации продукции в рамках рассматриваемого периода времени, то есть запасы готовой продукции существенно не изменяются;
- потребность расчета и применения показателя маржинальной прибыли.

При этом операционные затраты предприятия, связанные с производством и сбытом продукции, необходимо разделить на переменные и постоянные, основу такого деления составляет принцип их эластичности к изменению уровня деловой активности предприятия.

Переменные затраты зависят от объема производства и продажи продукции, в основном к ним относят прямые затраты ресурсов на производство и реализацию продукции. В зависимости от темпов изменения переменные затраты делятся на пропорциональные, прогрессивные и дигрессивные. Степень реагирования затрат на изменение масштабов деятельности предприятия оценивается с помощью коэффициента эластичности.

Пропорциональные затраты находятся в прямой пропорциональной зависимости от динамики объема производства продукции, к ним относятся прямая заработная плата, расход сырья и материалов, топлива, электроэнергии.

Коэффициент эластичности для таких затрат равен 1. Прогрессивные затраты растут более высокими темпами, чем объем производства продукции, например, оплата труда рабочих по сдельно-прогрессивной системе.

Коэффициент эластичности для таких затрат будет больше 1. Дигрессивные затраты растут медленнее, чем объем производства продукции, например, затраты на текущий ремонт машин и оборудования. Коэффициент эластичности для таких затрат будет меньше 1. Но в целом переменные затраты с некоторой степенью условности изменяются соразмерно объему производства продукции. {1}

Постоянные затраты не зависят от динамики объема производства и продажи продукции, к ним относятся: амортизация, арендная плата, заработная плата обслуживающего персонала на почасовой оплате, расходы, связанные с управлением и организацией производства, лизинговые платежи, коммунальные расходы.

Предприятию выгодно, если на единицу продукции приходится меньшая сумма постоянных затрат, что возможно при достижении максимума объема производства и реализации продукции на имеющихся производственных мощностях. Если при спаде производства продукции переменные затраты сокращаются пропорционально, то сумма постоянных затрат не изменяется, что приводит к росту себестоимости продукции и уменьшению суммы прибыли.

Методика маржинального анализа побуждает изыскивать резервы увеличения объема продаж: чем больше объем продаж, тем меньше постоянных затрат, отнесенных прямо на финансовый результат, приходится на единицу реализованной продукции, тем больше прибыль и выше рентабельность.

Безубыточность представляет собой такое состояние, когда бизнес не приносит ни прибыли, ни убытка. Выручка покрывает только затраты, а финансовый результат при этом равен нулю. Разность между фактическим и безубыточным объемом продаж представляет собой зону безопасности, то есть зону прибыли предприятия, и чем она больше, тем прочнее финансовое состояние предприятия.

Основополагающими показателями при обосновании управленческих решений, оценке деятельности предприятия являются безубыточный объем продаж и зона безопасности предприятия, которые зависят от суммы постоянных и переменных затрат, а также от уровня цен на продукцию. При повышении цен нужно меньше реализовать продукции, чтобы получить необходимую сумму выручки для компенсации постоянных издержек предприятия, и наоборот, при снижении уровня цен безубыточный объем реализации возрастает.

Увеличение удельных переменных и постоянных затрат повышает порог рентабельности и уменьшает зону безопасности. Поэтому предприятие стремится сократить постоянные расходы. Оптимальным считается вариант, при котором доля постоянных затрат на единицу продукции снижается, уменьшается безубыточный объем продаж, увеличивается зона безопасности. Чтобы рассчитать, за сколько месяцев окупятся постоянные расходы отчетного периода, необходимо 12 месяцев в году умножить на безубыточный объем продаж и полученный результат разделить на годовой объем продаж.

Использование методики маржинального анализа в практике предприятия будет способствовать более эффективному управлению процессом формирования затрат и финансовых результатов. В бухгалтерии необходимо организовать такую систему управленческого учета и анализа, которая позволила бы:

- иметь объективную и качественную информацию о себестоимости каждого вида продукции, выпускаемого предприятием;
- анализировать отклонения от запланированных результатов и выявлять причины отклонений;
- выявлять резервы повышения эффективности деятельности предприятия;
- обеспечивать контроль наличия и движения имущества, материальных, денежных и трудовых ресурсов;

- использовать достаточно гибкую систему ценообразования с учетом информации о таких же видах продукции, выпускаемых другими производителями;

- производить конкурентоспособную продукцию, цена которой может быть уменьшена за счет снижения определенных видов издержек;

- принимать обоснованные и эффективные управленческие решения, позволяющие значительно увеличить прибыль предприятия. {2}

В современных условиях уделяется большое внимание повышению действенности учетной информации в управлении производством, рациональному использованию имеющихся ресурсов, снижению себестоимости продукции и повышению рентабельности производства и продаж. Для осуществления предпринимательской деятельности хозяйствующему субъекту необходимо не только иметь активы, но и эффективно ими управлять. В процессе решения проблем должны быть использованы такие экономические рычаги, как экономическая заинтересованность и ответственность за эффективное использование активов, а также их анализ на основе применения наиболее прогрессивных методов и современных систем учета, что позволит своевременно отреагировать на отрицательные явления, и способствовать их оперативному устранению. В связи с этим возникает необходимость и важность дальнейшего изучения и совершенствования методологических и технологических основ организации учета и анализа активов.

Список использованных источников:

1. Сейдахметова Ф.С. Современный бухгалтерский учет. - Издание 2-е перераб. и доп. – А.: ТОО «Издательство LEM», 2005, 548 с.
2. Тулешева Г.К. Финансовый учет и отчетность в соответствии с международными стандартами, ч.1,2. – А.: Бизнес-информация, 2010. 245 с.
3. Мамажонов, А. Т., & Қодиров, Ш. Қ. (2022). ЗАМОНАВИЙ ТАЪЛИМ ВА ИННОВАЦИОН ТЕХНОЛОГИЯЛАР СОҲАСИДАГИ ИЛФОР ХОРИЖИЙ ТАЖРИБАЛАР: КЕЙС-СТАДИ. *Academic research in modern science*, 1(10), 4-8.
4. Мамажонов, А. Т., Юлдашев, Б., & Фозилжонов, И. С. (2016). ВЗАИМОСВЯЗЬ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ. ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: теория и практика, (6), 17-21.
5. Юлдашев, Б. Т., Мамажонов, А. Т., Фозилжонов, И. С., & Одилов, Ш. Х. (2016). ОРГАНИЗАЦИЯ АУДИТА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ. *Экономика, социология и право*, (6), 44-46.
6. Мамажонов, А. Т., Юлдашев, Б., & Фозилжонов, И. С. (2016). ВЗАИМОСВЯЗЬ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ. ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: теория и практика, (6), 17-21.
7. Мамажонов, А. Т., Фозилжонов, И. С., Хакимов, Ш. Т., & Исамов, С. М. (2016). Методика формирования затрат и распределения прибыли в фермерском хозяйстве в Узбекистане. *Высшая школа*, (1), 9-11.
8. Мамажанов, А. Т. (2012). Фермер хўжаликларида ишлаб чиқариш харажатлари таҳлилини ахборот манбаси масалалари. *Экономика и финансы (Узбекистан)*, (5), 68-73.
9. Turgunovich, M. A. (2023). THEORETICAL ASPECTS OF THE CONCEPTUAL BASIS OF FINANCIAL REPORTING AND PRESENTATION. *Central Asian Journal of Theoretical and Applied Science*, 4(4), 69-73.

10. Mamajonov, A. T., & Hosilov, A. A. (2023). Замонавий Таълим Ва Инновацион Технологиялар Соҳасидаги Илғор Хорижий Таҷрибалар: Кейс-Стади. *Academic Integrity and Lifelong Learning*, 29-32.
11. Мамажонов, А. Т., Юлдашев, Б. Т., Фозилжонов, И. С., & Эркинбоев, М. Р. (2016). Вопросы оценки нематериальных активов и их классификация. *Экономика, социология и право*, (6), 22-26.
12. Turgunovich, M. A., Shodimukhamedovich, X. M., & Khasanaovich, K. K. (2022). IMPROVING THE ORGANIZATION OF MANAGEMENT ANALYSIS IN AGRICULTURE. *International Journal of Early Childhood Special Education*, 14(3).