

*Пирмагомедова Фатима Исламовна,
студентка 4 курса
направление «Экономика»,
профиль «Бухучет, анализ и аудит»
Дагестанский государственный университет народного хозяйства
Россия, г. Махачкала
e-mail: fat7896@mail.ru*

*Научный руководитель: Сулейманова Д.А.,
кандидат экономических наук,
доцент кафедры «АХД и аудит»
Дагестанский государственный университет народного хозяйства
Россия, г. Махачкала*

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРЖИНАЛЬНОГО АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

***Аннотация:** В статье обоснована методика маржинального анализа прибыли по системе директ-костинг, приемлемая для обоснования оптимальных вариантов управленческих решений на основе определения взаимосвязи между прибылью, затратами и объемом, раскрыто понятие маржинального дохода, обоснованы показатели маржинального анализа.*

***Ключевые слова:** маржинальный анализ, директ-костинг, переменные и постоянные издержки, прибыль, маржинальный доход.*

*Pirmagomedova Fatima Islamovna.,
4th year student
direction "Economics",
profile "Accounting, analysis and audit"
Dagestan State University of National Economy
Russia, Makhachkala*

*Scientific adviser: Suleimanova D.A.,
candidate of economic sciences.,
Associate Professor of the Department "AHD and Audit"
Dagestan State University of National Economy
Russia, Makhachkala*

METHODICAL ASPECTS OF MARGIN ANALYSIS OF PROFIT OF A COMMERCIAL ORGANIZATION

***Abstract:** The article substantiates the method of margin analysis of profit using the direct-costing system, which is acceptable for justifying optimal options for*

management decisions based on determining the relationship between profit, costs and volume, reveals the concept of margin income, and justifies the indicators of margin analysis.

Keywords: margin analysis, direct costing, variable and fixed costs, profit, margin income.

Маржинальный анализ играет большую роль, как при обосновании управленческих решений, так и плодотворного функционирования бизнеса [1].

Данный метод был предложен еще в XIX веке американским инженером Уолтером Раутенштрахом под названием графика критического объема производства. Немного позднее уже в отечественной литературе в 1971 г. Н.Г. Чумаченко и А.П. Зудиным. Родоначальниками данного учения принято считать К. Менгера, Л. Вальраса, А. Маршалла и В. Парето.

Методика данного анализа базируется на изучении соотношения между тремя важными группами экономических показателей: затрат, прибыли и объема производства с учетом взаимосвязи между ними и влияния факторов. В основе данного метода лежит деление затрат в зависимости от объема деятельности предприятия на переменные, постоянные и категорию маржинального дохода.

Переменные расходы изменяются прямо пропорционально объему производства продукции или оказанию услуг, тогда как постоянные расходы остаются неизменными относительно объема производства. Однако если рассматривать себестоимость в разрезе единицы продукции, то при увеличении объема производства себестоимость понизится и наоборот при уменьшении производства себестоимость увеличится, поскольку на единицу продукции приходится больше постоянных расходов. Метод маржинального анализа по системе директ – costing позволяет проанализировать причинно-следственные взаимосвязи между данными показателями.

Маржинальный доход представляет собой разницу между выручкой и переменными издержками [2]. Также маржинальный доход можно получить путем суммирования прибыли и постоянных издержек.

Маржинальный анализ позволяет определить критический уровень объема продаж, установить зону безопасности или безубыточности предприятия, а

также определить объем продаж, при котором предприятие получит заданную величину прибыли.

Метод директ – костинг используется при анализе факторов, не только влияющих на прибыль, но и позволяющих спрогнозировать ее величину.

Величину прибыли можно рассчитать, как разность между маржинальным доходом и постоянными издержками исходя из формулы маржинального дохода. Если известна выручка от реализации и удельный вес маржинального дохода в этой выручке, то можно использовать формулу [3]:

$$МД = ВР * УД_{мд}$$

$$Пр = ВР * УД_{мд} - З_{пост} ,$$

где ВР – выручка от реализации продукции

УД_{мд} - удельный вес маржинального дохода в выручке от реализации

З_{пост} - постоянные издержки

Когда анализируется прибыль от реализации отдельного вида продукции, данную факторную модель необходимо модифицировать и представить в следующем виде:

$$Пр^п = К * (Ц_{ед} - УД_{пер}) - З_{пост} , \text{ где}$$

К – количество продукции

Ц_{ед} – цена единицы продукции

УД_{пер} – удельные переменные затраты

З_{пост} – постоянные затраты

Данный анализ имеет как стоимостное, так и натуральное измерение. Предприятия, занимающиеся производством однородной продукции, используют второй вид анализа [4]. Первый вид анализа используется предприятиями при производстве разнородной продукции.

Маржинальный анализ позволяет обосновать наиболее оптимальный вариант управленческого решения относительно производственной мощности, ценовой политики, ассортимента продукции, техники и технологии с целью минимизации затрат и увеличения прибыли.

Список литературы:

1. Турманидзе Т.У. Финансовый анализ: учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 288 с.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебник. Минск: РИПО, 2019. 373 с.
3. Колачева Н.В. Финансовый результат предприятия как объект оценки и анализа // Вестник НГИЭИ. 2015. № 1 (44). С. 29-36.
4. Куркина С.М. Маржинальный анализ финансовых результатов деятельности предприятия // Инновационная наука. 2016. № 4. С. 196-198.