

**Мишулина Ольга Владимировна**

д-р экон. наук, профессор

**Горелова Наталья Сергеевна**

канд. экон. наук, доцент

Костанайский филиал

ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»

г. Костанай, Республика Казахстан

DOI 10.31483/r-99687

## **ПОНЯТИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МАРЖИНАЛЬНОГО АНАЛИЗА**

***Аннотация:** в статье рассмотрены вопросы использования маржинального анализа на предприятии и его роли в принятии управленческих решений. Систематизированы трактовки маржинального анализа и принимаемые допущения при его проведении на предприятии. Результатом исследования является формулирование задач и выделение на этой основе направлений маржинального анализа, с помощью которых обеспечивается выбор оптимального управленческого решения.*

***Ключевые слова:** маржинальный анализ, управленческие решения, переменные затраты, постоянные затраты, маржинальный доход, прибыль, безубыточность производства, релевантные и нерелевантные затраты.*

В современных условиях перед предприятиями стоит задача принятия эффективных управленческих решений. Каждое принимаемое решение, касающееся цены, затрат, объема и структуры реализованной продукции, оказывает влияние на финансовые результаты предприятия. Простым и весьма точным способом определения взаимозависимости и взаимосвязи между этими показателями выступает маржинальный анализ, выполняющий важную роль в повышении эффективности финансово-хозяйственной деятельности. Маржинальный анализ позволяет достоверно не только оценить текущую ситуацию на предприятии, но и перспективы его развития. Все это свидетельствует о возрастании роли

маржинального анализа в системе управления предприятием и об актуальности рассматриваемого вопроса.

С помощью показателей маржинального анализа выявляются тенденции развития финансово-хозяйственной деятельности предприятия, глубоко и системно исследуются факторы изменения ее результатов, дается им оценка, формулируется стратегия развития предприятия [12, с. 895].

Истоки маржинального анализа относятся к концу XIX века, когда маржинализм сформировался в самостоятельное экономическое учение, а сам маржинальный анализ, как инструмент оценки финансового состояния предприятия, был разработан в 1930 г. В российской литературе этот вид анализа описал Н. Чумаченко (1971 г.) и А. Зудилин (1992 г.). Дословный перевод термина «маржа» – граница, край показывает, что этот вид анализа направлен на выявление барьерных значений производственно-финансовых показателей, отклонение от критического уровня которых приводит к отрицательному или положительному экономическому результату. В связи с этим метод маржинального анализа получил широкое применение в принятии управленческих решений по обоснованию граничных объемов производства, предельных постоянных и переменных издержек, величине минимальных цен предложения и многих других управленческих задач [6, с. 239].

Несмотря на широкую освещенность данного вопроса в научной сфере, маржинальный анализ все же является весьма дискуссионной областью экономических исследований. Это, в первую очередь, относится к его тематической стороне (таблица 1).

Таблица 1

#### Понятие маржинального анализа в учебной и научной литературе

Содержание понятия	Автор
Маржинальный анализ – анализ соотношения объема продаж (выпуска продукции), себестоимости и прибыли на основе прогнозирования уровня этих величин при заданных ограничениях.	Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. [15, с.231], Грачева Н.А., Дрюкова Е.С. [3, с. 125]
Это метод управления затратами на основе деления затрат на переменные и постоянные, выведения маржинального дохода	Горелик О.М. [4, с.1], Кокум А.М. [7, с.276]

Это механизм управления безубыточностью на предприятии на основании схемы «затраты – объем – прибыль», определение критической точки производства и использование ее при принятии управленческих решений	Пестрякова Т.П. [14, с. 52] Колмакова Е.Н., Воронина Е.А. [8, с. 160], Смекалов П.В. [16, 159], Дорошук А.И. [5, с.78], Сухочева Н.А., Ловчикова Е.И. [17, с. 5]
Анализ прибыли и рентабельности	Фомкина М.Ю., Журкина Т.А. [19, с. 113], Куркина С.М. [9, с. 198]
Анализ динамики прибыли от продаж в целях прогнозирования финансовых результатов от обычных видов деятельности и управления безубыточностью продаж на принципе разделения затрат на переменные и постоянные, выделении категории маржинального дохода и анализе соотношения между тремя группами важнейших экономических показателей: затратами, объемом производства (реализации) продукции и прибылью	Нечеухина Н.С., Перминова И.М. [13, с. 314]

Первая группа авторов (Т.П. Пестрякова, Е.Н. Колмакова, Е.А. Воронина, П.В. Смекалов, А.И. Дорошук, Н.А. Сухочева, Е.И. Ловчикова) отождествляют понятия «Анализ соотношения «затраты-объем-прибыль» и «Анализ безубыточности». Однако анализ безубыточности – это важнейший, но не единственный раздел маржинального анализа. Данной точки зрения придерживается большинство ученых-экономистов. Анализ достижения точки безубыточности – это лишь одна из частей CVP-анализа. Однако она часто является ключевой его частью и дает возможность получить реальную картину состояния производства. Общим для содержания маржинального анализа является то, что он рассматривается как составная часть экономического анализа и одно из его направлений – управленческий анализ.

Вторая группа ученых-экономистов (О.М. Горелик, А.М. Кокум) рассматривают маржинальный анализ как метод управления затратами на предприятии, который базируется на принципе разделения затрат на переменные и постоянные, выделении категории маржинального дохода. Это анализ по мнению представленных авторов исследует формирование затрат и величины прибыли при изменении уровня деловой активности предприятия.

Третья группа авторов (С.М. Куркина, М.Ю. Фомкина, Т.А. Журкина) придерживается мнения, что маржинальный анализ сводится к аналитическим приемам исследования факторов на изменение величины финансовых результатов (прибыли и рентабельности), выявления резервов их роста. При этом они исключают возможности использования маржинального анализа по прогнозированию (имитационному моделированию) финансовых результатов и обоснованию управленческих решений.

Обобщая представленные понятия, можно сделать вывод о том, что маржинальный анализ – самостоятельный вид управленческого анализа, используемый для обоснования управленческих решений на основе теории маржинального дохода. Его основное тематическое предназначение заключается в анализе динамики прибыли от продаж в целях прогнозирования финансовых результатов деятельности и управления безубыточностью производства на основе информации из соотношения между объемом производства (реализации) продукции, издержками и прибылью. Эта информация позволяет определить критичные уровни выпуска (продажи) продукции [1].

Анализ литературных источников [2, с. 78] – [20, с. 438] свидетельствует, что проведение маржинального анализа предполагает следующие допуски (рисунк 1).

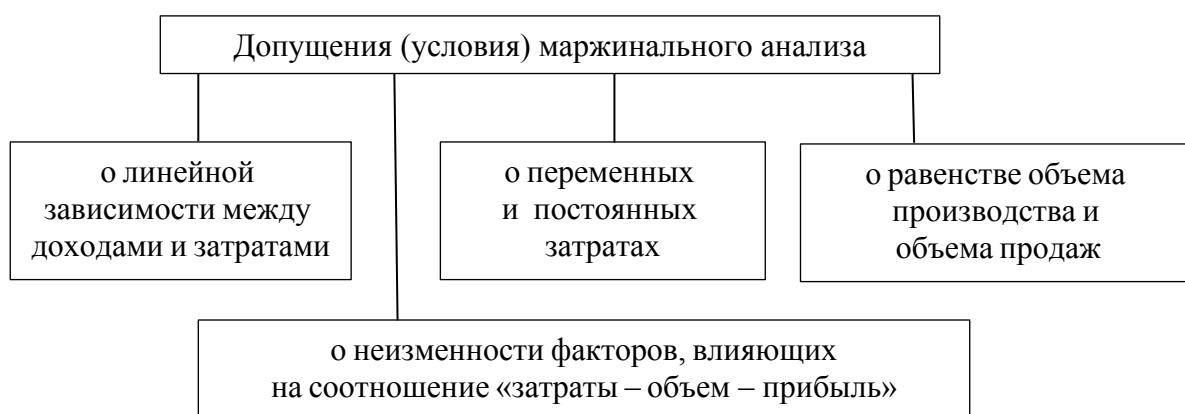


Рис. 1. Допущения при проведении маржинального анализа

По мнению многих ученых, маржинальный анализ позволяет решить следующие задачи [10, с. 92] – [11, с. 41]:

- определить объем прибыли для заданного объема продаж, спланировать объем реализации продукции, который обеспечит желаемое значение прибыли;
- определить объем продаж для безубыточной работы предприятия;
- установить запас финансовой прочности предприятия в его текущем состоянии;
- оценить, какое влияние на прибыль окажет изменение в цене реализации, переменных затратах, постоянных затратах и объеме производства;
- установить, до какой степени можно увеличивать/снижать силу операционного рычага, маневрируя переменными и постоянными затратами, и изменять тем самым уровень операционного риска предприятия;
- определить, как повлияют изменения в ассортименте реализованной продукции (работ, услуг) на потенциальную прибыль, безубыточность и объем целевой выручки.

С известной долей условности, исходя из изложенных задач, можно выделить следующие направления маржинального анализа (рисунок 2).

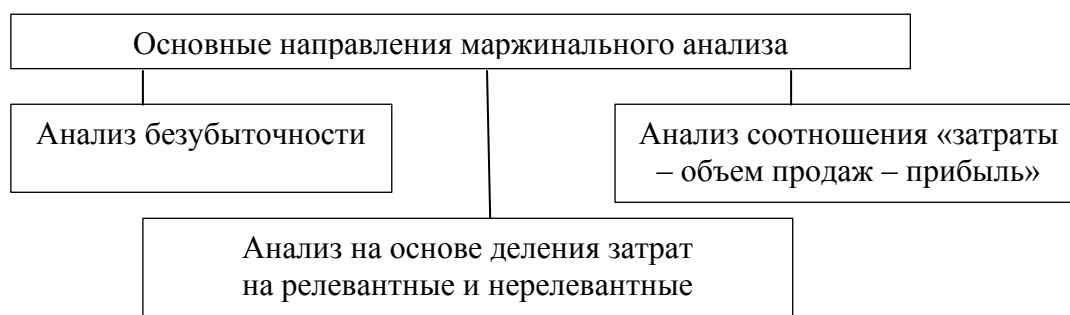


Рис. 2. Основные направления маржинального анализа

Этот вид анализа является одним из наиболее эффективных способов планирования и прогнозирования деятельности предприятия и минимизации предпринимательского риска.

### ***Список литературы***

1. Бурденко Е.В. Управленческий анализ в отрасли [Текст]: учебное пособие / Е.В. Бурденко, О.Н. Ковалева, Н.А. Казакова. – М.: Изд-во ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет дизайна и технологии», 2011. – 145 с.

2. Волошина В.С. Анализ факторов безубыточного объема продаж озимой пшеницы [Текст] / В.С. Волошина, В.И. Смирнова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – №3–2. – С. 31–34.

3. Грачева Н.А. Маржинальный анализ: сущность, содержание, возможности проведения [Текст] / Н.А. Грачев, Н.С. Дрюкова // Молодежь и XXI век: материалы VI Международной молодежной научной конференции. – 2016. – С. 125–129.

4. Горелик О.М. Маржинальный анализ в управлении затратами и себестоимостью продукции. Элитариум: Центр дистанционного образования / О.М. Горелик [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/marzhinalnyj-dohod-izderzhki-zatraty>

5. Дорошук А.И. Маржинальный анализ состояния производства культур растениеводства [Текст] / А.И. Дорошук // Новая наука: теоретический и практический взгляд. – 2016. – №4–1(75). – С.78–85.

6. Друри К. Управленческий и производственный учет. Вводный курс [Текст]: учеб. для студентов вузов / К. Друри. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 735 с.

7. Кокум А.М. Использование маржинального анализа для принятия управленческих решений [Текст] / А.М. Кокум // Science Time. – 2016. – №2. – С. 276–280.

8. Колмакова Е.Н. Применение маржинального анализа в управлении прибылью [Текст] / Е.Н. Колмакова, Е.А. Воронина // Актуальные проблемы лесного комплекса. – 2012. – №32. – С. 160–162.

9. Куркина С.М. Маржинальный анализ финансовых результатов деятельности предприятия [Текст] / С.М. Куркина // Инновационная наука. – 2016. – №4. – С. 198–196.

10. Мишулина О.В. Управление затратами предприятия [Текст]: учебное пособие / О.В. Мишулина. – Костанай: КФ ФГБОУ ВО «ЧелГУ», 2020. – 162 с.

11. Мишулина О.В. Managerial analysis of economic activity of small enterprise in AIC [Текст] / О.В. Мишулина, Н.С. Горелова // Проблемы агрорынка. – 2019. – №2 (апрель – июнь). – С. 41–48.
12. Мишулина О.В. Управление финансовыми результатами деятельности сельскохозяйственного предприятия на основе маржинального анализа [Текст] / О.В. Мишулина, Н.С. Горелова, Н.А. Баранова // Экономика и предпринимательство. – 2021. – №4. – С. 895–899.
13. Нечеухина Н.С. Применение теории маржинального анализа в деятельности организации [Текст] / Н.С. Нечеухина, И.М. Перминова // Наука и бизнес: условия взаимодействия индустриального партнерства: материалы Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 314–318.
14. Пестрякова Т.П. Механизм управления безубыточностью производства на предприятии [Текст] / Т.П. Пестрякова // Экономический анализ: теория и практика. – 2004. – №4. – С. 52–56.
15. Райзберг Б.А. Маржинальный анализ [Текст] / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева // Современный экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 476 с.
16. Смекалов П.В. Экономический анализ в АПК [Текст] / П.В. Смекалов. – СПб.: Проспект науки, 2011. – 487 с.
17. Сухочева Н.А. Определение стратегии развития сельскохозяйственного производства на основе маржинального анализа [Текст] / Н.А. Сухочева, Е.И. Ловчикова // Объединенный научный журнал. – 2008. – №5. – С. 5–8.
18. Торхова А.Н. Экономика предприятия [Текст]: учебное пособие / А.Н. Торхова. – М.: Директ-Медиа, 2017. – 101 с.
19. Фомкина М.Ю. Маржинальный анализ прибыли и рентабельности [Текст] / М.Ю. Фомкина, Т.А. Журкина // Наука сегодня – опыт, традиции, инновации: материалы Международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 113–115.

20. Экономический анализ [Текст]: учебник / под ред. Л.Т. Гиляровой. – М.: Юнити, 2015. – 615 с.