

Экономика – 10 класс

Урок № 11

Маржинальная выручка.

Маржинальные затраты



Маржинальная выручка. Маржинальные затраты

- Маржинальный доход – доход от реализации произведенной продукции, исчисленный как разница между стоимостью реализованной продукции (выручкой от реализации) и переменной себестоимостью.
- Маржинальный доход – величина, на которую увеличится доход при изменении уровня деятельности в случае применения метода калькуляции по прямым затратам.
- МАРЖИНАЛЬНЫЙ ДОХОД – превышение выручки с продаж над совокупными издержками, относящимися к определенному уровню продаж.
- Маржинальный доход – предельный доход (англ. marginal revenue), также маржинальный доход, предельная выручка дополнительный доход получаемый от продажи дополнительной единицы товара. Предельный доход также характеризуется как доход, полученный от реализации.
- МАРЖИНАЛЬНЫЙ ДОХОД – доход (выручка), полученный в результате реализации дополнительной единицы произведенной продукции.
- МАРЖИНАЛЬНЫЙ ДОХОД – (англ. marginal revenue – дословно «предельный доход»), изменение общего дохода (выручки) из за продажи дополнительной единицы произведенной продукции. Маржинальный доход – одна из категорий экономической теории маржинализма, в основе которой лежит анализ предельных затрат.
- Маржинальный доход – предельный добавочный доход, полученный в результате продажи добавочной единицы продукции.
- МАРЖИНАЛЬНЫЙ ДОХОД – превышение выручки с продаж над совокупными издержками, относящимися к определенному уровню продаж.

Маржинальная выручка. Маржинальные затраты

- Маржинальный - предельный, дополнительный, приростный.
- Маржинальный анализ — анализ соотношения объёма продаж (выпуска продукции), себестоимости и прибыли на основе прогнозирования уровня этих величин при заданных ограничениях.
- В основе маржинального анализа лежит деление затрат на переменные и постоянные.
- Основной категорией маржинального анализа является маржинальный доход, который представляет собой разность между выручкой от реализации продукции и переменными затратами.
- Маржинальный доход называют также суммой покрытия, то есть той частью выручки, которая покрывает постоянные затраты и формирует прибыль.
- Чем больше маржинальный доход, тем быстрее будут перекрыты постоянные затраты и тем быстрее организация, предприятие начнёт получать прибыль.
- Маржинальный доход на весь объём продукции рассчитывается по формуле: $M=S-V$
- где S - выручка от реализации продукции, услуг;
- где V - совокупные переменные затраты.
- Маржинальный доход на единицу продукции рассчитывается по формуле:

- $M=(S-V)/Q$

Маржинальная выручка. Маржинальные затраты

- p - цена единицы продукции;
- v - переменные затраты на единицу продукции.
- Анализируя удельные маржинальные доходы по различным видам продукции, выпускаемой на предприятии, можно оценить возможность получения прибыли от производства и реализации данного вида продукции.
- Это свидетельствует о том, что выручка не покрывает даже переменных затрат и если выпускать продукцию дальше, то убыток будет нарастать с каждой выпущенной единицей продукции.
- В рамках маржинального анализа модели безубыточности (системы "Затраты-объём производства-прибыль") можно определить влияние объёма производства и реализации продукции на величину прибыли, а также определить объём продаж, начиная с которого возможно получение прибыли, и величины постоянных и переменных затрат, при которых возможно рентабельное производство продукции на предприятии.
- Маржинальная прибыль, или маржинальный доход (англ. contribution margin), — разница между выручкой от реализации и переменными затратами:
- *Маржинальная прибыль = Выручка от продаж - Переменные затраты*
- Таким образом, для достижения точки безубыточности маржинальная прибыль должна покрывать постоянные затраты. Измеряется на

Маржинальная выручка. Маржинальные затраты

- Маржинальная прибыль представляет собой общий прирост денежных средств от реализации товара, или «вклад на покрытие».
- В точке безубыточности маржинальная прибыль равна постоянным затратам, иными словами, объем реализации такой, что предприятие покрывает все свои затраты, не получая прибыли, то есть маржинальная прибыль только покрывает постоянные затраты.

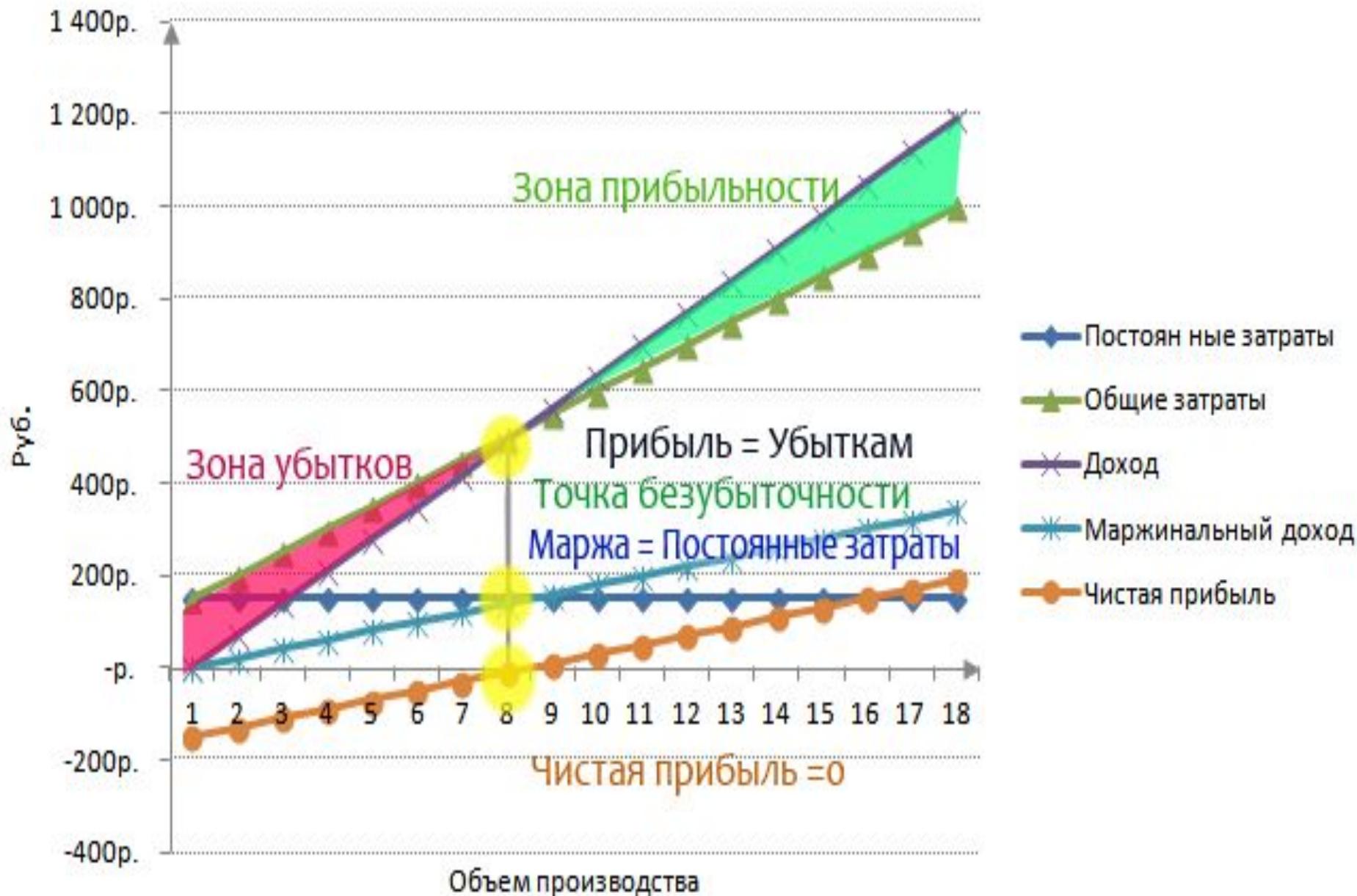


Маржинальная выручка. Маржинальные

расходы



Маржинальная прибыль и точка безубыточности



Маржинальная выручка. Маржинальные затраты

- Точная оценка затрат важна не только при формировании цен на реализуемую продукцию, но и при принятии управленческих решений. В этом случае компания может оценить рентабельность по каждому продукту, выбрать наиболее приоритетные направления для инвестиций или оценить перспективы производства новых видов продукции.
- Использование правильного метода расчета себестоимости при возможности производства дополнительной партии продукции является одной из главных задач эффективного учета затрат и финансового контроля.
- Приростные и маржинальные затраты являются двумя основными инструментами оценки будущих инвестиционных или производственных альтернатив.
- Приростные затраты (*англ. Incremental Cost*) всегда связаны с возможностью выбора какой-либо альтернативы, поэтому они представляют собой прогнозируемые расходы, связанные с ее реализацией. По этой причине в них не могут входить невозвратные затраты (*англ. Sunk Cost*), такие как расходы на приобретенные активы, маркетинговые исследования и т.п.
- В зависимости от ситуации приростные затраты могут включать в себя различные виды прямых и косвенных затрат. При этом включены будут только те из них, которые будут меняться в зависимости от принимаемого решения.
- Например, когда существующая производственная линия работает на полную мощность, возможность производства дополнительного объема

Маржинальная выручка. Маржинальные затраты

- Маржинальные или предельные затраты (*англ. Marginal Cost*) представляют собой расходы, возникающие в связи с производством 1 дополнительной единицы продукции. Продукция с высокими маржинальными затратами, как правило, является уникальной либо характеризуется высокой трудоемкостью. Низкий уровень этих затрат, напротив, свидетельствует о высокой ценовой конкурентоспособности выпускаемой продукции.
- Например, издание книги требует достаточно больших затрат, связанных с оплатой услуг дизайнера, корректора, типографской версткой, поэтому себестоимость первого экземпляра будет очень высокой. При этом печать еще одного экземпляра повлечет за собой намного более низкие расходы.
- Частным случаем, когда приростные затраты равны маржинальным, является решение о выпуске одной дополнительной единицы продукции.
- Оба этих вида затрат тесно взаимосвязаны, а различия между ними носят скорее теоретический, нежели практический характер. Другими словами, при принятии решения об увеличении или уменьшении объема производства эти затраты ведут себя всегда одинаково.
- Различие между ними заключается в том, что маржинальные затраты связаны с решением об увеличении или уменьшении объема производства, а приростные затраты связаны с принятием решения об возможном увеличении или уменьшении производства.
- Маржинальные затраты - это дополнительные затраты, когда производится еще одна единица продукции. Их отличие от инкрементных затрат состоит в том, что маржинальные затраты рассчитываются не на весь выпуск, а на единицу продукции.

Маржинальная выручка. Маржинальные затраты

- Маржинальные затраты обычно различны при разных объемах производства. Они уменьшаются с увеличением выпуска продукции.
- Например, предприятию выгодно производить десять комплектов мебельных изделий, чем один.
- В зависимости от специфики принимаемых решений затраты подразделяются на релевантные и нерелевантные.
- Релевантными (т.е. существенными, значительными) затратами можно считать только те затраты, которые зависят от рассматриваемого управленческого решения. В частности, затраты прошлых периодов не могут быть релевантными, поскольку повлиять на них уже нельзя. В то же время, вмененные затраты (упущенная выгода) релевантны для принятия управленческих решений.
- Процесс управления на предприятии включает в себя не только прогнозирование, планирование, учет и анализ затрат, но и регулирование и контроль их уровня.
- Для этих целей применяется следующая классификация затрат:
 - - регулируемые и нерегулируемые;
 - -эффективные и неэффективные;
 - -в пределах норм и по отклонениям от них;
 - -контролируемые и неконтролируемые.
- По степени регулируемости затраты подразделяются на полностью, частично и слабо регулируемые.

Маржинальная выручка. Маржинальные затраты

- Полностью регулируемые затраты возникают, прежде всего, в сферах производства и распределения. Это затраты, зарегистрированные по центрам ответственности, величина которых зависит от степени их регулирования со стороны менеджера.
- Частично регулируемые затраты имеют место главным образом в НИОКР, маркетинге и обслуживании клиентов.
- Слабо регулируемые (заданные) затраты возникают во всех функциональных областях.
- Деление затрат на регулируемые и нерегулируемые необходимо предусмотреть в отчетах об исполнении сметы по центрам ответственности. Это позволит выделить сферу ответственности каждого менеджера и оценить его работу в части контроля за затратами подразделения предприятия.
- На результаты деятельности предприятия существенное влияние оказывает деление затрат на производительные (эффективные) и непроизводительные (неэффективные).