

**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.

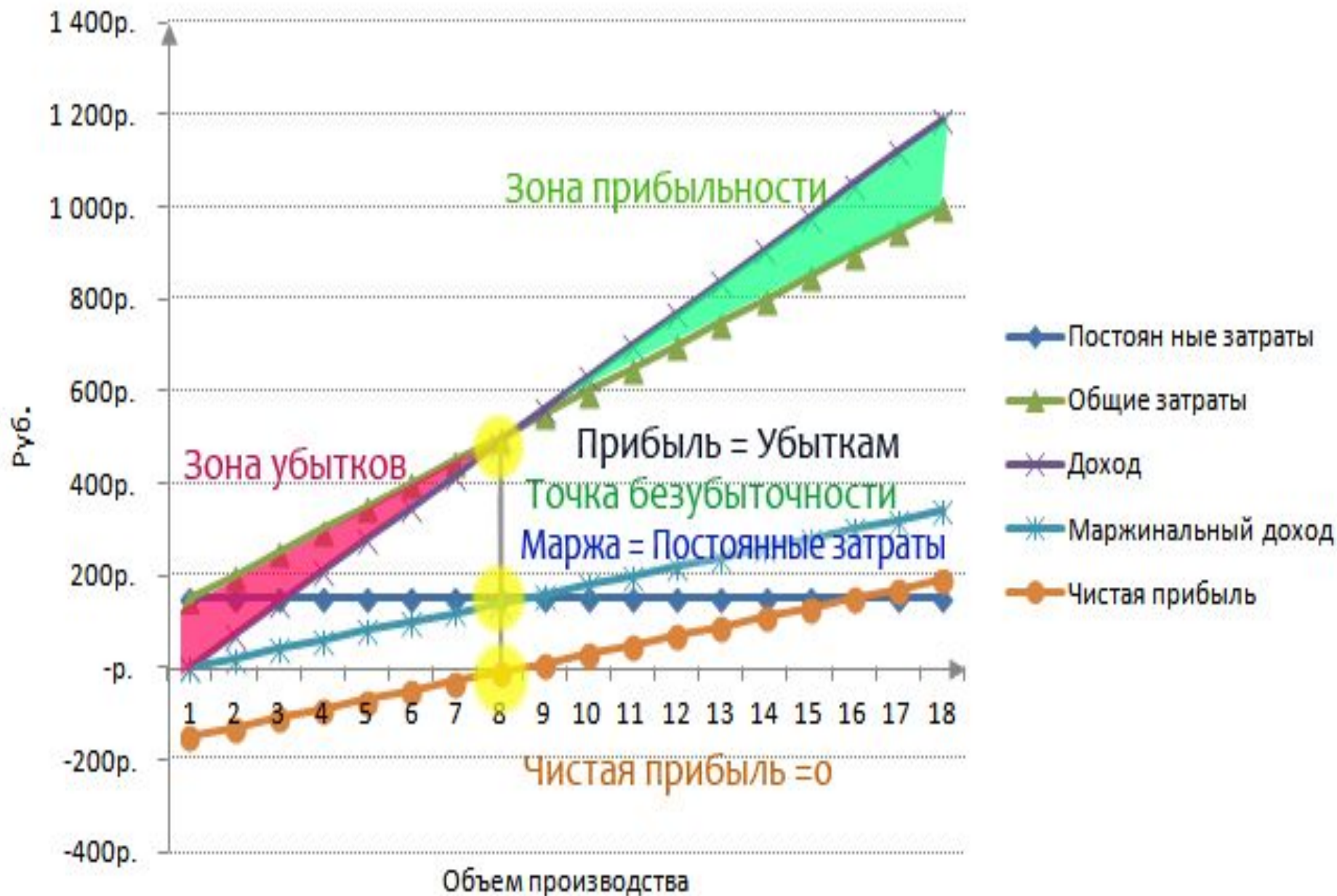


# Маржинальная выручка. Маржинальные

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).