

4. Манойленко, О.В. Специфічні особливості олійно-жирової галузі як об'єктивна необхідність її державної підтримки / О.В. Манойленко, Т.А. Жадан. // Інноваційна економіка. – 2013. – №1. – С. 12-15.
5. Масложировая промышленность по версии журнала "Топ-100. Лидеры бизнеса Украины" / [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://ziconsult.com.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=300%3Aмасложировая-промшленност-po-versii-lidery-biznesa-ukrainy-top100&catid=53%3AАpischevaya-promyshlennost&Ite](http://ziconsult.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=300%3Aмасложировая-промшленност-po-versii-lidery-biznesa-ukrainy-top100&catid=53%3AАpischevaya-promyshlennost&Ite)
6. Аграрний сектор України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://agroua.net/news/-news\\_23838.html](http://agroua.net/news/-news_23838.html)
7. Цобер, Ю.І. SWOT-аналіз підприємств олійно-жирової промисловості України / Ю.І. Цобер. // Вісник ХНУ, 2009. – №3. – С. 225-227.
8. Державний комітет статистики України: [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrs-tat.gov.ua>

**УДК 657.9**

**Романенко Е.В.**

**Научный руководитель: к.э.н., доцент Панова Т.И.**

**Гомельский государственный университет им. Франциска Скорины, г.Гомель**

## **ПРОБЛЕМЫ МАРЖИНАЛЬНОГО АНАЛИЗА В ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Руководителю любой организации на практике приходится принимать множество разнообразных управленческих решений. Каждое принимаемое решение, касающееся цены, затрат организации, объема и структуры реализации продукции, в конечном итоге сказывается на финансовом результате организации. Простым и весьма точным способом определения взаимосвязи и взаимозависимости между этими категориями является маржинальный анализ, позволяющий решить широкий круг управленческих решений. А именно:

- какое влияние окажет на прибыль изменение цен на реализуемую продукцию, изменение переменных и постоянных затрат, объема реализации;
- какой объем продаж обеспечит достижение точки безубыточности;
- каковы оптимальные объем и структура реализации продукции;
- как повлияют на прибыль и безубыточный объем продаж изменения в структуре реализации продукции;
- какой «запас прочности» есть у предприятия;
- какой объем продаж позволит достичь запланированного объема прибыли;
- какую прибыль можно ожидать при данном уровне реализации;
- какой минимальный уровень цен на продукцию предприятия при заданном объеме выпуска позволит избежать убытков;
- производить ли товары самостоятельно или заказывать на стороне;
- какова нижняя граница цены на реализуемую продукцию и др.

Такой спектр вопросов традиционный анализ прибыли и рентабельности, используемый в отечественной практике, однозначно решить не позволяет.

Как известно, методика маржинального анализа базируется на разделении затрат на постоянные и переменные. В соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) постоянные (накладные) расходы не включаются в себестоимость готовой продукции и незавершенного производства. Они считаются расходами периода, поскольку не связаны непосредственно с производственным процессом. Как правило, постоянные расходы состоят из коммерческих и административных расходов. Первые предполагают расходы, связанные с осуществлением продаж и поставок продукции, вторые — расходы по управлению предприятием. Они не проходят через стадию запасов, а сразу же оказывают влияние на исчисление прибыли. В соответствии с МСФО в отчете о прибылях и убытках их вычитают из выручки как расходы, не принимаемые в расчет при калькулировании себестоимости реализованной продукции [1, с. 108].

Методика учета затрат и списания накладных расходов, действовавшая в Республике Беларусь до 2012 года, не предполагала разделения затрат на постоянные и переменные, что делало использование маржинального анализа весьма проблематичным.

Инструкцией по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденной Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 № 102, определен новый порядок списания накладных расходов. Данным положением предусмотрено списание общехозяйственных затрат со счета 26 «Общехозяйственные затраты» в полном объеме в дебет счета 90.5 «Управленческие расходы» и распределение общепроизводственных затрат, учитываемых на счете 25 «Общепроизводственные затраты», на условно-переменные и условно-постоянные. Условно-переменная часть общепроизводственных затрат включается в себестоимость продукции путем их списания со счета 25

в дебет счета 20 «Основное производство», а условно-постоянная часть может списываться как в дебет счета 90.5, так и в дебет счета 20 [2].

Таким образом, методика распределения косвенных затрат, принятая отечественным законодательством, позволяет предприятиям Республики Беларусь использовать как систему калькулирования себестоимости продукции с полным распределением затрат (абзорпшен костинг), так и систему калькулирования по переменным издержкам (директ-костинг).

Данные изменения позволяют на практике использовать преимущества маржинального анализа при принятии управленческих решений. Так, на ОАО «Гомельский авторемонтный завод» поступило коммерческое предложение на покупку автобусов типа А09212 в количестве 20 единиц по цене ниже полной себестоимости (499 000 тыс. руб.). Для принятия или отклонения такого предложения необходимо провести экономические расчеты эффективности сделки. Исходные данные для расчетов приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Исходные данные для определения эффективности сделки на основе методики маржинального анализа

Показатели	Сумма
1. Цена единицы продукции, руб.	513111334
2. Объем реализации продукции, шт.	83
3. Выручка от реализации продукции, руб.	42588240722
4. Себестоимость единицы продукции, руб.	499135366
5. Переменные затраты на единицу продукции, руб.	397751999
6. Постоянные затраты, руб.	8414819461
7. Прибыль от реализации продукции, руб.	1160005344

На основании приведенных в таблице 1 данных рассчитаем себестоимость единицы продукции (Сед), выручку от реализации (В) и прибыль (убыток) от реализации автобусов (П) при принятии коммерческого предложения на вышеуказанных условиях:

$$\text{Сед} = (397751999 * (83+20) + 8414819461) / (83+20) = 479449275,3 \text{ руб.}$$

$$\text{В} = 513111334 * 83 + 499000000 * 20 = 52568240722 \text{ руб.}$$

$$\text{П} = 52568240722 - 479449275,3 * (83 + 20) = 3184965366 \text{ руб.}$$

На основании произведенных расчетов можно сделать вывод о том, что принятие коммерческого предложения на невыгодных на первый взгляд для предприятия условиях, оказалось экономически оправданным. Выпуск дополнительного количества продукции позволит заводу принять предложение по продаже автобусов по цене ниже отпускной. Это обусловлено тем, что при росте объема производства продукции постоянные расходы на единицу продукции сокращаются и, следовательно, снижается себестоимость единицы продукции, что позволяет предприятию получать большую прибыль от реализации своей продукции. Рассчитанная сумма прибыли при принятии дополнительного заказа оказалась выше на 2024960022 руб. (3184965366 – 1160005344).

Несмотря на неоспоримые достоинства методики маржинального анализа, его проведение требует наличия ряда условий:

- издержки обоснованно разделены на переменные и постоянные;
- переменные издержки изменяются пропорционально объему производства (реализации) продукции;
- постоянные издержки не изменяются в пределах релевантного ряда, т.е. в диапазоне деловой активности предприятия, который установлен исходя из производственной мощности предприятия и спроса на его продукцию;
- тождество производства и реализации продукции в рамках рассматриваемого периода времени, т.е. запасы готовой продукции существенно не изменяются;
- эффективность производства, уровень цен на продукцию и потребляемые производственные ресурсы не будут подвергаться существенным колебаниям на протяжении анализируемого периода;
- пропорциональность поступления выручки объему реализованной продукции [3, с. 146].

Наличие вышеперечисленных условий делает маржинальный анализ эффективным лишь для краткосрочного планирования и оценки альтернативных решений.

С учетом вышеизложенных ограничений можно сделать вывод о том, что использование маржинального анализа предприятиями Республики Беларусь несколько проблематично. Ситуация прежде всего усугубляется тем, что цены на продукцию резко изменяются в связи с высокими темпами инфляции. Под влиянием инфляции изменяются не только цены на реализуемую продукцию, но и растет сумма как переменных, так и постоянных затрат.

Кроме того, предприятия, использующие в своей деятельности импортные сырье, материалы, комплектующие изделия и полуфабрикаты, сталкиваются с ростом затрат на производство продукции

в связи с изменением курса белорусского рубля. Такая ситуация наблюдалась в Республике Беларусь в 2010-2011 г.г.

Однако данные трудности преодолимы, особенно в свете последних реформ, направленных на сближение отечественного бухгалтерского учета с МСФО. Вместе с Инструкцией по бухгалтерскому учету доходов и расходов Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 31.10.2011 № 111 с 2012 года утверждена и действует новая форма отчета о прибылях и убытках, которая в полной мере соответствует требованиям МСФО. Переход к МСФО позволит предприятиям составлять финансовую отчетность в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ней для участия на международном рынке инвестиций и ссудного капитала.

В связи с вышеперечисленными нововведениями можно сказать, что отечественная методика учета затрат удовлетворяет условиям маржинального анализа, разрешая проблему разделения затрат на постоянные и переменные, хотя и с некоторыми погрешностями. Например, сомнительными будут результаты маржинального анализа, проводимого предприятиями, списывающими постоянные общепроизводственные затраты в себестоимость производимой продукции. Расчет влияния удельных показателей (удельного маржинального дохода, удельных переменных издержек) на финансовые результаты предприятия, делает маржинальный анализ проблематичным для предприятий, выпускающих большой ассортимент разнородной продукции. Кроме того, на практике недостаточно апробированы методики разделения затрат на постоянную и переменную части.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в результате последних изменений в бухгалтерском учете, направленных на сближение отечественного учета с МСФО, методика маржинального анализа стала более доступной для предприятий Республики Беларусь. Это, несомненно, является одним из положительных следствий перехода к МСФО. Однако в связи с наличием ряда особенностей отечественного учета имеют место некоторые расхождения в показателях, сформированных с учетом национального законодательства и зарубежных методик.

#### **Список цитированных источников**

1. Мансуров, П.М. Управленческий учет: учеб. пособ. / П.М. Мансуров. – Ульяновск: УлГТУ, 2010. – 175 с.
2. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов : утв. постановл. М-ва финансов Респ. Беларусь от 30 сент. 2011 г. № 102 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2012. – № 12, 8/24697.
3. Стражев, В.И. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности : учеб. / под общ. ред. В.И. Стражева. – Мн.: Выш. шк., 1998. – 398 с.

**УДК 658.511**

**Ярута В.В.**

**Научный руководитель: к.э.н., доцент Виногоров Г.Г.**

**Белорусский государственный аграрный технический университет, г. Минск**

### **ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ОБОРАЧИВАЕМОСТИ КРАТКОСРОЧНЫХ АКТИВОВ**

Краткосрочные активы – важнейшая экономическая категория, отражающая стоимостную оценку оборотных средств организации, оптимального объема, состав и структура которых в значительной степени влияют на финансовую устойчивость. В то же время они представляют собой одну из главных составляющих ресурсного потенциала всей организации.

Обеспеченность краткосрочными активами можно оценивать через расчет показателей оборачиваемости, а затем полученные значения сравнивать с эталонными или среднеотраслевыми значениями [1, 93-94].

Анализ краткосрочных активов дает возможность оценить важнейшую характеристику бизнес-процессов организации, а именно время, которое характеризуется в данном контексте через длительность операционного и финансового циклов. Именно время наряду с показателями качества и издержками составляет оценки бизнес-процессов.

Цель настоящего исследования: выработка методических и практических рекомендаций по совершенствованию имеющихся методик анализа оборачиваемости краткосрочных активов.

Теоретические наработки апробированы на материалах ОАО «Жабинковского комбикормового завода».

Исследование показало, что для объективной оценки оборачиваемости краткосрочных активов нужна система показателей комплексно их характеризующих. В этой системе должны быть отражены интересы каждой группы пользователей: внешних и внутренних.

Авторами выделяются различное количество показателей, характеризующих оборачиваемость краткосрочных активов [1-14]. Общее их количество доходит до 59, при этом наиболее часто