



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
БІЛІМ АЛҒЫ АҚПАРАТ МЕН ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ

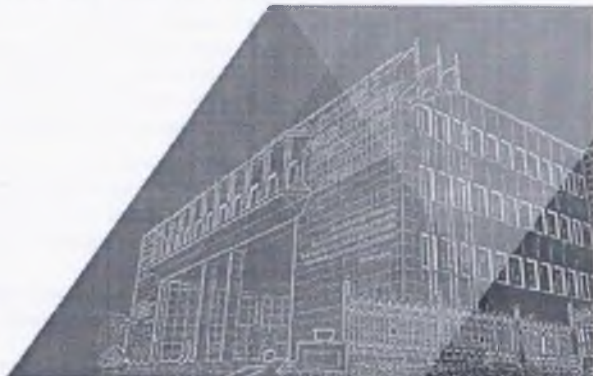
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ – 2017»
студенттер мен жас ғалымдардың
XII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ – 2017»

PROCEEDINGS
of the XII International Scientific Conference
for students and young scholars
«SCIENCE AND EDUCATION - 2017»



14th April 2017, Astana



УДК 378

ББК 74.58

Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2017» студенттер мен жас ғалымдардың XII Халықаралық ғылыми конференциясы = The XII International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2017» = XII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2017». – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2017. – 7466 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-827-6

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 378

ББК 74.58

ISBN 978-9965-31-827-6

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2017

Өз кезегінде, екі бірінші және екінші топ пайдаланушы аутентификациясыз операцияларды жүргізуге мүмкіндік беретін, анонимдік жүйеге бөлінеді, және емес анонимді жүйесі міндетті сәйкестендіру жүйесі қатысушыларына талап етіледі.

Осылайша, біз бүгінгі жағдайында валюта жүйесінің түбегейлі трансформациялау бар деп айтуға болады. дәстүрлі қолма-қол ақшамен және қолма-қол ақшасыз ақша орнына электрондық ақша келеді. Шын мәнінде, ол нақты және виртуалды экономикадағы әмбебап ақша бірдей тиімді жұмыс істеуі болып табылады. оларды іске асыру қарқыны ағымдағы қаржылық-экономикалық дағдарыстың салдарын еңсеру мүмкіндігін қоса алғанда, экономиканың барысы айтарлықтай дәрежеде тәуелді болады. Алайда, бұл процестерді жеделдету үшін экономикада электрондық ақша жұмыс істеуі үшін құқықтық негіз реттейтін қолданыстағы және жаңа заңнаманы елеулі қайта қарауды қажет етеді.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Афонина С.В. Книга «Электронды ақша», Мәскеу, 2005.
2. Аксенов В.С. статья «Электронды Ақша нақты және виртуалды экономика үшін әмбебап құралы», 2008.
3. Петров А., статья «Электронды ақша», интернет-журнал «Клерк», 2012.
4. Шамраев А.В. «Электронные ақша. Интернет платежи», Москва, 2009.

УДК 65.011.4

МАРЖИНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ: ПОНЯТИЕ, ВОЗМОЖНОСТИ И УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ

Акжанова Асем Жакыповна

asem.akzhanova@mail.ru

Студентка 2 курса экономического факультета

Костанайского государственного университета имени А.Байтурсынова
г. Костанай, Казахстан

Научный руководитель – М.М. Уакпаева

Организация финансовой деятельности на предприятии требует создания и использования эффективных инструментов анализа для принятия управленческих решений. Одним из самых простых и вместе с тем эффективным методом финансового анализа для оперативного и стратегического прогнозирования (планирования) будущей деятельности предприятий является маржинальный анализ, который называют анализом взаимосвязи «затраты – объем – прибыль» (Cost – Volume – Profit) или маржинальный анализ (CVP-анализ). Он раскрывает взаимосвязь и взаимозависимость прибыли от величины расходов и объемов реализации (производства) [1].

Маржинальный анализ – это часть управленческого учета, ключевыми элементами которого являются операционный рычаг, порог рентабельности (точка безубыточности) и запас финансовой прочности предприятия. Маржинальный анализ обеспечивает поиск выгодных комбинаций между переменными затратами на единицу продукции, постоянными затратами, ценой и объемом продаж. Поэтому предпосылкой осуществления маржинального анализа является разделение затрат на постоянные и переменные. В отличие от внешнего (финансового) анализа, результаты маржинального (внутреннего) анализа – коммерческая тайна предприятия [2].

Маржинальный анализ еще называют анализом безубыточности. Он позволяет вычислить такой объем реализации, при котором затраты будут соответствовать доходу. Объемы продаж, содержащиеся ниже точки безубыточности, наносят предприятию ущерб, выше – предприятие получает доходы. Значение маржинального анализа в оценке и эффективности управленческих решений представлено на рисунке 1.

Маржинальный анализ как один из многочисленных приемов в поиске резервов повышения экономической эффективности производства впервые появился за рубежом, в капиталистических странах, в которых товаропроизводители свою предпринимательскую деятельность строили исключительно в условиях рыночной экономики.

Данный метод управленческих расчетов называют еще анализом безубыточности или содействия доходу. Маржинальный анализ был разработан в 1930 г. американским инженером Уолтером Раутенштрахом как метод планирования, известный под названием графика критического объема производства. Впервые подробно был описан в отечественной литературе в 1971 г. Н.Г. Чумаченко, а позднее А.П. Зудилиным [3].

В основу методики положено деление производственных и сбытовых затрат в зависимости от изменения объема производства на переменные и постоянные и использование категории маржинального дохода.

Маржинальный анализ (анализ безубыточности) широко применяется в странах с развитыми рыночными отношениями. Он позволяет изучить зависимость прибыли от небольшого круга наиболее важных факторов и на основе этого управлять процессом формирования ее величины.

Оптимизация соотношения «затраты – объем – прибыль» важна для прогнозирования величины дохода, предназначенного в первую очередь для возмещения текущих затрат, а также для дальнейшего экономического роста предприятия (технического перевооружения производства и внедрения новых технологий).



Рисунок 1. Значимость маржинального анализа в оценке эффективности управленческих решений

Основные задачи маржинального анализа состоят в определении: безубыточного объема продаж (порога рентабельности, окупаемости издержек) при заданных соотношениях цены, постоянных и переменных затрат; зоны безопасности (безубыточности) предприятия; необходимого объема продаж для получения заданной величины; прибыли; критического уровня постоянных затрат при заданном уровне маржинального дохода; критической цены реализации при заданном объеме продаж и уровне переменных и постоянных затрат.

С помощью маржинального анализа обосновываются и другие управленческие решения: выбор вариантов изменения производственной мощности, ассортимент продукции, цены на новое изделие, вариантов оборудования, технологии производства, приобретения комплектующих деталей, оценки эффективности принятия дополнительного заказа.

Проведение расчетов по методике маржинального анализа требует соблюдения ряда условий, которые отражены на рисунке 2.

Базой для проведения маржинального анализа выступает относительно новый метод калькулирования себестоимости продукции как «директ-костинг» – когда в состав себестоимости включаются только переменные расходы. В настоящее время система «директ-костинг» широко применяется во всех развитых странах. Так, в Германии и Австрии она известна как «учет частичных затрат» или «учет суммы покрытия», в Великобритании его называют «учет маржинальных издержек», во Франции – «маржинальная бухгалтерия» или «маржинальный учет».

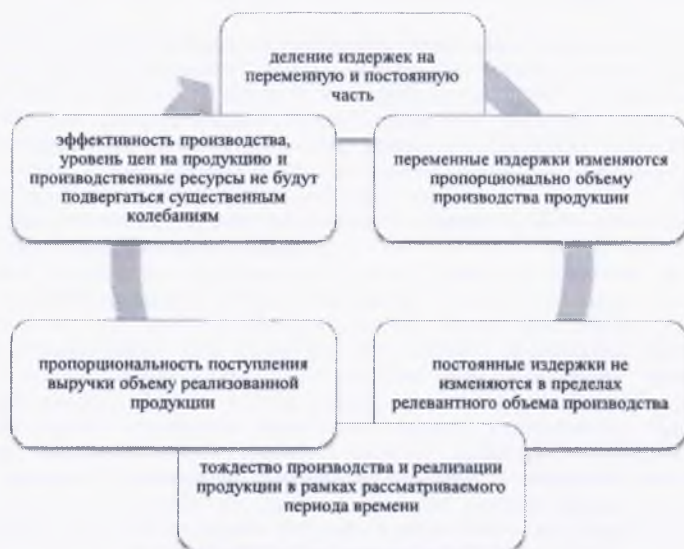


Рисунок 2. Условия для проведения маржинального анализа

Использование калькулирования себестоимости продукции по неполным затратам обусловлено следующими недостатками системы учета по полным затратам [3, с.34]:

1. Невозможностью точно оценить косвенные затраты, потребленные в процессе производства продукции.
2. Невозможностью проследить пути конкретного элемента косвенных расходов в процессе производства отдельного продукта.

3. Уменьшением точности определения себестоимости продукции вследствие постоянного роста удельного веса накладных расходов в структуре затрат предприятия, что объясняется широким внедрением автоматизации производственных процессов.

Суть директ-костинга можно объяснить на основе характеристики, приведенной в экономическом словаре: «Директ-костинг должен быть определен как разделение производственной себестоимости на затраты, которые изменяются прямо пропорционально изменению объема производства. Только основные и переменные накладные расходы используются для оценки запасов и реализованной продукции. Остальные расходы относят непосредственно на доходы и убытки» [4].

Следует подчеркнуть, что суть системы «директ-костинг» заключается прежде всего в распределении затрат и лишь второстепенной целью является оценка запасов. Таким образом, основное внимание уделяется влиянию директ-костинга на доходы (убытки). Основной характеристикой директ-костинга является разделение затрат на постоянные и переменные, в зависимости от изменения объема производства.

Маржинальный анализ занимает существенное место в прогнозировании будущей производственной деятельности. Вся аналитическую работу, связанную с себестоимостью продукции, выполняет служба управленческого учета. Существует три основных направления маржинального анализа производственных затрат (Рисунок 3).

Первое направление касается анализа взаимосвязи показателей «затраты–объем–прибыль». Основой такого анализа является разделение всех производственных затрат на переменные и постоянные в зависимости от их «поведения» при изменении объема реализации или производства.

Основные направления маржинального анализа		
анализ взаимосвязи показателей "затраты-объем-прибыль"	подготовка вариантов управленческих решений по отдельным проблемам	принятие инвестиционных решений, требующих оценки целесообразности вложения средств

Рисунок 3. Основные направления маржинального анализа

Переменные затраты увеличиваются или уменьшаются прямо пропорционально изменению объема производства, сумма постоянных затрат при таком изменении остается неизменной. Совсем другим является «поведение» затрат на единицу продукции: переменные затраты на единицу продукции неизменны при росте или падении объемов производства, постоянные затраты изменяются обратно пропорционально изменениям объема производства: при его росте снижаются, при уменьшении – растут [5].

Знание этих (в определенной степени условных) закономерностей делают анализ взаимосвязи показателей «затраты–объем–прибыль» (анализ точки безубыточности). Разработана система уравнений, позволяющая рассчитать для каждого варианта точку безубыточности, взаимосвязи показателей «прибыль–объем», объем маржинального дохода, что является суммой постоянных затрат и прибыли. Проводится также расчет чувствительности прибыли к изменениям затрат, цены и объема реализации. Особое значение приобретает так называемый дифференциальный анализ, который предусматривает изучение только тех показателей, которые изменяются вследствие управленческого решения.

Все эти расчеты позволяют выявить альтернативные направления действий руководства компанией, разработать экономически обоснованные проекты управленческих решений [6].

Второе направление анализа затрат направлено на подготовку вариантов оперативных решений, т.е. управленческих решений по отдельным проблемам. В основу этих решений возлагается вычисление маржинального дохода как разницы между реализационной ценой изделия и переменными затратами на его производство. Рассмотрим ситуации, которые случаются чаще. Одна из таких состоит в определении целесообразности принятия заказа на дополнительный выпуск изделий по сниженной цене при наличии производственных мощностей. Проблема возникает тогда, когда заказчик предлагает цену, ниже полную себестоимость изделия. На первый взгляд, от такого предложения следует отказаться – заказ формально убыточный, но маржинальный анализ может изменить подход: если заказ принимает на себя ощутимую долю постоянных затрат, его следует принять. Второй операционной ситуацией является выявление убыточных для компании продуктов. Понятно, что самым простым будет предложение ликвидировать убыточные производства. Но если маржинальный анализ покажет, что убытки этих производств ниже суммы постоянных расходов, которые на них приходится, решение о ликвидации необходимо, по крайней мере, хорошо изучить, поскольку оно является сомнительным.

Операционной ситуацией, которую необходимо также внимательно анализировать, является также предложение заказывать другому предприятию детали и узлы, изготовление которых является убыточным для данного производства. Маржинальный анализ может доказать, что заказ изделий другому предприятию повлечет большие потери за счет постоянных затрат.

На практике часто возникает потребность в определении направлений использования ресурсов при наличии ограничений. В некоторых случаях бывает полезным использование модели линейного программирования. К категории операционных ситуаций относится и решения проблем ценообразования. Кроме стандартных ситуаций, когда ориентиром является себестоимость продукта, возникают ситуации, когда нужно установить цену на будущие изделия. В этих условиях полезным является система целевого калькулирования, основой которой является возможная рыночная цена нового изделия, и рассчитанная специалистами возможная плановая себестоимость. Сравнение обоих показателей покажет целесообразность запуска нового изделия [7].

Третье направление маржинального анализа связано с принятием долгосрочных решений, т.е. инвестиционных решений, требующих оценки целесообразности вложения средств. Понятно, что инвестор надеется получить достаточную отдачу от вложенных средств и минимизировать риск их потери. Для принятия эффективных решений важно произвести оценку инвестиционных проектов. Для этого применяются методы расчета чистого приведенного эффекта, расчета индекса или нормы рентабельности инвестиции, определения срока окупаемости инвестиций, расчета коэффициента эффективности инвестиции. При наличии альтернативных проектов анализируют динамику денежных потоков, проекты с различными денежными потоками, комбинации инвестиционных проектов, проекты различной длительности. Важным является осуществление анализа инвестиционных проектов в условиях инфляции и риска. Может возникнуть необходимость подготовить проект решения на основе оптимизации распределения инвестиций по нескольким проектам.

Таким образом, следует отметить, что маржинальный анализ – в какой-то мере формализованный подход к изучению «выгодности» сбытовой деятельности того или иного вида товара. Его основное достоинство состоит в том, что он позволяет увидеть общую картину по потенциальной прибыльности, сравнить различные виды товаров по доходности. Таким образом, широкие возможности применения маржинального анализа в решении управленческих задач делают его актуальным.

Список использованных источников

1. Русак Н.А. Финансовый анализ субъекта хозяйствования. – Мн.: Высшая школа, 2012. – 363 с.
2. Ермолович Л.Л. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – Мн.: БГЭУ, 2011. – 290 с.
3. Грищенко О.С. Маржинальный анализ в диагностике финансово-хозяйственного состояния предприятия // Бухгалтерский учет и налогообложение. № 12, 2015. – С. 33-47.
4. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азриляна. 6-е изд., доп. – М.: Институт новой экономики, 2011. – 411 с.
5. Баригольц С.Б. Экономический анализ хозяйственной деятельности на современном этапе развития. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 536 с.
6. Власова В.М. Основы предпринимательской деятельности: финансовый менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 490 с.
7. Маховикова Г.А. Управление затратами и ценами: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 380 с.

УДК: 330.322

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ НА ПРИМЕРЕ ПАО «НИЖНЕКАМСКНЕФТЕХИМ».

Албаева Юлия Вячеславовна

kasat.11@mail.ru

магистрант направления «Инвестиционный менеджмент» 2 курса

1 группы ФГБОУ «Оренбургский ГАУ», РФ, г. Оренбург, Российская Федерация

Научный руководитель – Л.А. Витренко

В настоящее время многие крупные предприятия сталкиваются с проблемой формирования своей внутренней инвестиционной стратегии, с необходимостью установления четких стандартов подготовки и принятия инвестиционных решений. В условиях, когда финансовые ресурсы ограничены, реализация всех потенциально интересных инвестиционных замыслов оказывается невозможной. Финансовому менеджеру приходится решать проблему выбора – из общего списка определять подмножество инвестиционных проектов, удовлетворяющих критерию реализуемости (достаточность финансовых и материальных ресурсов), и критерию максимизации стоимости бизнеса. Следовательно, речь идет об оптимизации инвестиционной деятельности компании [1, С.374].

Рассмотрим возможные варианты оптимизации инвестиционной деятельности ПАО «Нижнекамскнефтехим». Эффективность инвестиционной деятельности ПАО «Нижнекамскнефтехим» зависит от возможности руководства увидеть изменения (тенденции), которые будут в будущем на рынке нефтехимической продукции играть ведущую роль. По этой причине необходимо рассмотреть стратегические планы в нефтехимической промышленности в Российской Федерации и в мире до 2035 года, представленные Министерством энергетики РФ «Энергетическая стратегия России на период до 2035 года».

Для разработки любого инвестиционного проекта вначале необходима идея, которая будет иметь в будущем успех у потребителей и будет отличаться от конкурентов, а значит иметь возможность завоевать большую долю рынка. Поэтому необходимо предприятиям занимающимся разработкой инвестиционного проекта учитывать тенденции (тренды) происходящие на нефтехимическом рынке.

Первой тенденцией будет являться создание новых технологий, имеющих не только