

Абулхаирова Ж.А. магистрант,

Зейнуллина А.Ж. ғылыми жетекші

Шәкәрім атындағы университет, Семей қаласы, Қазақстан

Өндірістің зиянсыздығын талдау

Өндірістің зиянсыздығын талдау «шығындардың-көлемдердің-табыстардың» арақатынасын талдаудың қисынды жалғасы болып табылады.

Ұйым өзінің күнделікті нақты жағдайын талдау барысында, сол өндірістің зиянсыздығын талдауға басты орын береді. Демек, өндірістің зиянсыздығын талдау моделі біршама шектеулер мен болжамдар тұрғысында құрылуы мүмкін. Бірақ ол осындай жағдайларына қарамастан, шешім қабылдау барысында қолданатын ең күшті құрал болып табылады. Зиянсыздықты талдаудың мақсаты – белгілі бір деңгейде өндіріс көлемі (немесе оның өнімділігі) өзгерген жағдайда, қаржылық нәтижесі нендей өзгеріске ұшырайтынын анықтау болып табылады. Зиянсыздық нүктесіндегі деңгейін талдау ол барлық деңгейдегі басшыларға, болашақта дұрыс шешімді қабылдау үшін, шоғырланған түрдегі ақпараттарды береді. Талдаудың бұл түрі тәжірибеде үнемі қолданады, өйткені оның көмегімен әртүрлі балама бағдарламаға күрделі есептеулер жүргізбей-ақ тексеруге болады.

Мұндай топтастыруда кірістер мен шығыстар туралы есеп берудің құрылымы мыналарды ұсынады:

1. Сату көлемі.
2. Өзгермелі шығын.
3. Маржиналдық табыс
4. Тұрақты шығын
5. Операциялық пайда (сатудан түскен пайда).

Сындарлы өндіру көлемінде графиктерді пайдаланудың негізгі бағыттарының бірі – ол күтілетін табыстың деңгейін есептеп шығаруды межейді. Бүгінде бизнестің табыстылығын арттырудың бес әдістері бар:

1. Сату бағасын көтеру;

2. Айнымалы шығындарды төмендету;
3. Тұрақты шығындарды төмендету;
4. Сату көлемін арттыру;
5. Сатылатын өнімнің құрылымын жақсарту [1].

Зиянсыздықты талдау қысқамерзімді уақыт, яғни фирманың өнім шығарылымы өндірістік ресурстардың салыстырмалы тұрақты қорлануында өндірістік қуаттардың шекті деңгейімен шектелетін мерзім ағымында сатудан түскен табыстар, шығыстар мен табыстар арасындағы тәуелділікке негізделген.

Мұндай талдау келесілерді анықтау қажет болғанда жүзеге асырылады:

- табысқа өткізу бағаларының төмендеуі қалай әсер етеді;
- табысқа өнімді өткізу көлемінің өсуі қалай әсер етеді;
- өндірістің болашақта кеңейтілуімен байланысты.

Айнымалы шығындарды азайтудың бірқатар әдістері бар:

- өте арзан материалдарды немесе олардың орнын айырбастайтын материалдарды пайдалану;
- еңбек ресурстарын тиімді пайдалану;
- өндіру көлемін арттыру және сатып алынған ресурстарға көтерме жеңілдіктер алудың жолын іздестіру;
- материалдарға ақы төлеу мерзімін жетілдіру және осының нәтижесінде материалдардың төлем ақысына жеңілдіктер алу.

Маржиналдық табыс әдісі математикалық әдіске балама болып табылады. Маржиналдық табыстың құрамына пайда мен тұрақты шығын сомасына теңестіріп өткізуі керек.

Маржиналдық тәсілдемені ішкі фирмалық жоспарлау мен шешім қабылдаудың аспабы ретінде қарастыруға болады. Ол «шығын – көлем – пайда» талдауын жүргізу үшін керек. Шығын, шаруашылық қызметтің көлемі және пайданың арасындағы өзара байланысты қарастыруды пайдалылықтың табалдырығы деген анықтаумен жиі аталады (өндіріс көлемінің қиын шегі) немесе залалсыздық нүктесі.

Өнім маржиналдығы – бұл түсімге (бағаға) проценттік қатынаста көрінетін, өнім бірлігіне келетін маржиналдық табыс.

Алдағы кезеңдерге шешім қабылдау үшін маржиналдық табыс пен өткізуден түскен түсімнің (яғни, түсім процентінде маржиналдық табысты анықтау) арақатынасындағы есеп пайдалы деп саналады. Бұл үшін мынадай есеп жазылады:

$$\frac{\text{Маржиналдық табыс (теңгемен)}}{\text{Өткізуден түскен түсім (теңгемен)}} * 100 \% \quad (1)$$

Маржиналдық табыс бағаны қарастырумен, шығарылған өнімнің ассортиментінің өзгеруімен, өнім өткізуді ынталандыруда сыйақының мөлшерін белгілеумен, жарнамалық компанияны өткізумен және басқа да маркетингтік операциялармен байланысты басқарушылық шешімнің негізіне жатады.

Маржиналдық талдау маржиналдық табысты енгізуге және шығындарды тұрақтыға, өзгермеліге топтастыруға негізделген.

Мынаны есте ұстау керек «тұрақты» және «өзгермелі» ұғымдары өнім бірлігінің шығындарына емес, жиынтық шығынға қатысты. Өнім бірлігіне қолдануда кері сурет байқалады; өндіріс көлемі өзгергенде тұрақты шығын өзгеріп, өзгермелі шығын өзгеріссіз қалады [2].

Есеп беруде екі қаржылық көрсеткіш болады: маржиналдық табыс және пайда.

Шаруашылықтың сату көлемі келесідегідей жағдайда өсуі мүмкін:

- жарнама деңгейін арттыру (тұрақты шығындардың өсуі);
- сатушылардың санын арттыру (тұрақты шығындардың өсуі);
- өндіріске босататын тауардардың бағасын төмендету (азайту).

Пайдаланылған әдебиеттер

1. Дюсембаев, К.Ш. Анализ финансовой отчетности.- Алматы, 2009.
2. Турманидзе Т.У. Анализ и диагностика финансово – хозяйственной деятельности предприятий Алматы 2011