Основное влияние экспортных таможенных пошлин на развитие экспорта продукции заключается в том, что они способствуют формированию рациональной структуры экспорта, ограничивают вывоз продукции, имеющей большой спрос внутри страны и также влияют на конкурентоспособность продукции. Проблемой поступления доходов в федеральный бюджет от экспортных пошлин и их влияние на развитие экспорта может служить следующие: Россия экспортирует в большинстве сырье без дополнительной глубокой обработки. Если продолжить придерживаться этой позиции, то Россия рискует превратиться в развивающуюся страну. Для того чтобы это предотвратить, необходимо устанавливать экспортные пошлины так, чтобы экспорт сырья стал менее выгодным, чем экспорт товаров с более высокой степенью обработки. Таким образом, удастся поддержать доходы федерального бюджета на должном уровне и развить экспорт не только сырья, но и другой более выгодной продукции. Еще одной проблемой влияния экспортных пошлин на пополнение бюджета России и развитие экспорта является повышение ставок вывозной таможенной пошлины на лесоматериалы. Данное явление окажет негативное влияние на экспорт товаров, а следовательно, приведет к снижению доходов федерального бюджета и потери покупателей лесоматериалов, что плохо скажется на развитии экспорта данной продукции. Также подводя итоги, можно сделать вывод о том, что курс рубля оказывает существенно влияние на экспорт и, следовательно, на поступление экспортной пошлины в государственный бюджет.

1. Шмиттгофф К. Экспорт: право и практика международной торговли / Шмиттгофф, Клайф. - М.: Юридическая литература, 2017. – 89 с. (дата обращения 23.11.2019);
2. «Бюджетный кодекс Российской Федерации» от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 04.11.2019, с изм. от 12.11.2019) "[Электронный ресурс] - Режим доступа – URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения 24.11.2019);
3. «Таможенный кодекс Евразийского экономического союза» (приложение N 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) [Электронный ресурс] - Режим доступа – URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения 24.11.2019);
4. Новости в России и мире- ТАСС [Электронный ресурс] - Режим доступа – URL: <https://tass.ru/> (дата обращения: 23.11.2019);
5. Российский экспортный центр [Электронный ресурс] - Режим доступа – URL: <https://www.exportcenter.ru/export/> (дата обращения 23.11.2019);
6. Экономическое обозрение: экспорт и импорт России в 2019 году [Электронный ресурс] - Режим доступа – URL: <https://expert.ru/> (дата обращения: 24.11.2019).

Гусейнова П.А., Рябичева О.И.

Роль маржинального дохода в рыночной цене товара

*Дагестанский государственный университет
(Россия, Махачкала)*

doi: 10.18411/lj-12-2019-86

idsp: ljjournal-12-2019-86

Аннотация

В статье исследуется роль маржинального дохода в рыночной цене товара. Показатель маржинального дохода, является одним из важных параметров, использующихся во время анализа результативности производственной деятельности. В задачу бухгалтерского отдела входит составление расчетов и выявление уровня маржинальной выручки, с целью организации правильного расхода бюджетных средств. Далее рассмотрим, что такое маржинальный доход в рыночной цене товара.

Ключевые слова: маржинальный доход, цена товара, выручка, прибыль, предприятие

Abstract

The article examines the role of marginal income in the market price of a product. The marginal income indicator is one of the important parameters used during the analysis of the productivity of production activities. The task of the accounting department is to make calculations and identify the level of marginal revenue, in order to organize the correct expenditure of budget funds. Next, we consider what is the marginal income in the market price of the goods.

Keywords: marginal income, product price, revenue, profit, enterprise

Термин «маржа» используется для обозначения финансового показателя, отражающего уровень максимальной выручки, полученной благодаря реализации определенной продукции или услуг. Благодаря этому инструменту анализа выявляется рентабельность производства определенной категории товарной продукции либо услуг. Благодаря применению подобных инструментов предприниматели получают возможность получить информацию о прибыльности предприятия [6, с. 212].

В условиях рыночной экономики предприятие, производящее товарную продукцию, всегда заинтересовано в том, чтобы свой «портфель заказов» наполнить дополнительными контрактами. Реальное выполнение таких контрактов приводит к росту объема выпуска продукции, созданной на предприятии. При этом маркетинговая служба предприятия должна исследовать и планировать возможное увеличение рыночного спроса на дополнительную продукцию. Как следствие, предприятие может рассчитывать на получение дополнительного (маржинального) дохода, в том числе на соответствующий прирост прибыли. Однако сам процесс приращения дохода и прибыли относится к рыночному ценообразованию, что обуславливает актуальность предпринятого исследования [3, с. 100].

Прибыль представляет собой разницу между доходом от реализации продукции предприятия и производственными тратами.

Для того чтобы получить данные, истинно отражающие текущее положение дел, необходимо правильно составить статью производственных затрат. Маржинальная прибыль является результатом разницы дохода и переменных затрат. В том случае, когда уровень прибыли превышает переменные затраты, предприятие можно назвать успешным. В противном случае, выпуск товарной продукции осуществляется в убыток компании.

Формула маржинального дохода выглядит следующим образом:

$$B_n - ПЗ_n = МП_n, \quad (1)$$

где:

1. $МП_n$ – уровень маржинального дохода от реализации n единиц товарной продукции.
2. B_n – уровень выручки от реализации n единиц товарной продукции.
3. $ПЗ_n$ – уровень переменных затрат, связанных с производством n единиц товарной продукции.

Для того чтобы определить необходимо значение, потребуются сведения о текущем доходе и сумме переменных издержек предприятия. Для того чтобы посчитать общую сумму выручки полученной от реализации товара, используется следующая формула:

$$H * C_n = B_n, \quad (2)$$

где:

1. H – количество проданной продукции (поштучно).
2. C_n – стоимость одной единицы товарной продукции.
3. B_n – общая сумма выручки.

Важно обратить внимание на то, что уровень дохода предприятия определяется объемом реализованной продукции. Это означает, что уровень маржинальной прибыли рассчитывается на данном показателе.

Во время подготовки к открытию собственного бизнеса, предпринимателю требуется создать грамотный бизнес-план. В этом документе рассматривается финансовая модель будущего производства с учетом прибыли для перекрытия всех производственных затрат. Термин «точка безубыточности» представляет собой определенный объем производственной мощности, при котором маржа будет приравниваться к статье постоянных расходов [3, с. 100].

Рассматривать, как рассчитывается маржинальный доход следует на практических примерах. Представьте себе небольшой цех, занимающийся производством трех основных продуктов – пластиковой тары объемом один, пять и десять литров. Для того чтобы определить уровень маржи, потребуется информация о переменных издержках и доходе от реализации одной единицы товара из каждой категории.

Таблица 1

Расчет маржинального дохода [5, с. 187]

Пластиковая тара	Выручка	Переменные затраты	Маржинальная прибыль	Коэффициент
1 л	15 р.	7 р.	8 р.	53%
5 л	25 р.	15 р.	10 р.	40%
10 л	40 р.	27 р.	13 р.	33%

Для того чтобы получить сведения о необходимом показателе, потребуется от прибыли вычесть переменные затраты. Для того чтобы получить коэффициент маржи, потребуется разделить полученное значение на сведения, представленные в столбце «выручка».

Первоочередное внимание обратим на общие предпосылки получения маржинального дохода и прироста прибыли:

- а) предприятие имеет дополнительные заказы на выпуск своей продукции, а «запас» производственных мощностей позволяет выполнить эти заказы;
- б) служба маркетинга определяет, что потенциальная емкость рынка достаточна для реализации дополнительной товарной продукции;
- в) с целью стимулирования рыночного спроса возможно снизить цену на продукцию предприятия, по сравнению с конкурентами. Эти общие предпосылки являются, на наш взгляд, основанием специальной методики бухгалтерского учета, известной под названием «директ-кост» [4, с. 161].

Ключевым пунктом в методике «директ-кост» является разделение общей суммы издержек предприятия на две составные части: постоянные издержки (fixed cost – FC) и переменные издержки (variable cost – VQ). Здесь выясняется, что величина постоянных издержек значительна, так как включает в себя амортизацию основного капитала, арендные платежи, ссудный процент и т.п.

Но главное – эта величина (FC) не зависит от изменений объема выпуска продукции. Следовательно, рост объема выпускаемой и реализуемой продукции «автоматически» ведет к уменьшению удельного веса FC в расчете на единицу продукции, т.е. в рыночной цене товара [5, с. 169].

Именно в рыночной цене товара проявляется то, что в странах ЕС принято называть маржинальным доходом фирмы. Данное понятие включает в себя также две составные части: средние постоянные издержки, т.е.:

$$AFC = FC / Q_{\text{вып}} \quad (3)$$

И прирост прибыли, соответствующий уменьшению AFC в рамках определенной рыночной цены товара. Значит, величину общего маржинального дохода предприятия можно определить как произведение:

$$(P - AVC) \times Q_{\text{вып}} \quad (4)$$

А величину валовой маржинальной прибыли - как произведение:

$$(P - AFC - AVC) \times Q_{\text{вып}} \quad (5)$$

где: P — рыночная цена товара,

AVC — средние переменные издержки, т.е. $AVC = VC / Q_{\text{вып}}$

Далее предлагаем рассмотреть пример, в котором предприятие имеет возможность заниматься выпуском только одного вида из двух товаров, в течение месяца. В первый месяц было выпущено полторы тысячи пластиковых бутылок объемом 1 литр. Во втором месяце была изготовлена партия из тысячи пластиковых бутылок объемом 5 литров. Нашей задачей является подсчет рентабельности производства различных товаров, на основе данных о переменных затратах и доходе с реализации продукции.

Таблица 2

Подсчет рентабельности производства различных товаров [2, с. 40]

Пластиковая тара	Объем	Цена реализации	Выручка	Переменные затраты на единицу	Переменные затраты всего	Маржинальная прибыль	Коэффициент
1 л	1 500	15	22 500 р.	7,00 р.	10 500 р.	12 000 р.	53%
5 л	1 000	25	25 000 р.	15,00 р.	15 000 р.	10 200 р.	40%

Согласно таблице, представленной выше, тара объемом пять литров приносит большую прибыль при учете меньшего объема произведенной продукции. Однако, тара объемом один литр имеет большую рентабельность. Для определения уровня рентабельности производства используется столбец с названием «коэффициент». Наличие подобных сведений позволяет выявить, какие товары имеют более высокую рентабельность, а соответственно приносят большую прибыль. Основываясь на всем вышесказанном, можно сделать вывод, что коэффициент маржинальной прибыли является долей дохода, полученного как маржа.

Вместе с тем необходимо подчеркнуть, что экономическая роль маржинального дохода правильно интерпретируется лишь с учетом общих предпосылок получения такого дохода на предприятии. При этом возможное снижение цены на продукцию предприятия, по сравнению с конкурентами, рассчитывается в разумных пределах, т.е. без потери всего ожидаемого приращения прибыли.

В заключение следует сказать о том, что маржинальная прибыль является одним из инструментов анализа уровня рентабельности производственного процесса, благодаря которому определяется прибыльность товарной продукции. Этот показатель практически не применяется во время ведения бухгалтерского учета или при подаче документов в контролирующие органы.

1. Бусыгин Ю.Н. К вопросу об оценке эффективности деятельности организации через показатель экономической добавленной стоимости (EVA) // Управление в социальных и экономических системах: м-лы XXV международной научно-практической конференции, г. Минск, 12 мая 2016 г. / редкол: НВ. Суша (преде) и др. ; Минский инновационный ун-т - Минск : Минский инновационный университет, 2016. - С. 32-33
2. Белоусов А.Л., Проблемы государственного регулирования ценообразования предпринимательской деятельности// Современные тенденции развития гражданского и гражданского процессуального законодательства и практики его применения. 2017. Т. 4. С. 36-44.

3. Иванов Г.Г., Ефимовская Л.А., Куликов И.А. Государственное регулирование ценообразования в условиях экономического кризиса//Приволжский научный вестник. 2016. № 5 (57). С. 99-102.
4. Жилкина А. Н. Финансовый анализ: учебник и практикум для бакалавриата и специалитета / А. Н. Жилкина. - М.: Издательство Юрайт, 2019. - 285 с.
5. Киреева Н.В. Экономический и финансовый анализ: Учебное пособие / Н.В. Киреева. - М.: Инфра-М, 2019. - 368 с.
6. Ноздрина А.К. Ценовая политика предприятия // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XLIV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 7(44). URL: [https://sibac.info/archive/economy/7\(44\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/7(44).pdf) (дата обращения: 04.12.2019)

Даудов З.Д., Магомедсаламов М.
Государственное финансовое регулирование экономики

*Дагестанский государственный университет
(Россия, Махачкала)*

doi: 10.18411/lj-12-2019-87

idsp: ljjournal-12-2019-87

*Научный руководитель
Ибрагимова И.И.*

Аннотация

В статье рассмотрены особенности государственного финансового регулирования экономики, основные его формы. Рассмотрены причины, которые обуславливают необходимость данного вида регулирования в рыночных условиях. Уделено внимание проблемам социально-экономического развития, которые не могут быть решены без государственного финансового регулирования.

Ключевые слова: государственное финансовое регулирование, косвенное регулирование, прямое регулирование, кредитование, налоговая политика, денежно-кредитная политика, инфляция, безработица.

Государственное финансовое регулирование экономики является неотъемлемой составляющей рыночной экономики. Государственное финансовое регулирование экономики представляет собой форму государственного вмешательства в экономику с целью осуществления ее положительного структурного развития. Существует несколько основных причин осуществления данного вида регулирования, среди которых основными являются: обеспечение удовлетворения спроса, поддержка основных направлений развития экономики, развитие и совершенствование объектов производственной и социальной инфраструктуры, регулирование деятельности производителей товаров и услуг, недопущение формирования монополий, олигополий, монопосоний и другие причины. в экономически развитых странах государственное регулирование экономики очень популярно в производственной и хозяйственной практике.

Наиболее распространенное определение гласит о том, что финансовое регулирование представляет собой воздействие на социальные и экономические процессы, которое направлено на предотвращение возникновения дисбалансов, а также на обеспечение развития передовых технологий посредством сосредоточения финансовых ресурсов в определенных сегментах рынка и ограничение финансового роста других.

Государственное финансовое регулирование экономики должно учитывать интересы субъектов хозяйствования, что должно быть отражено в нормативных актах, а также в самом направлении финансового регулирования. Нельзя допускать ориентацию на развитие одной какой-либо сферы экономики и игнорировать интересы других, поскольку в конечном итоге такая ориентация регулирования может нанести существенный вред всей экономической системе. Как отмечают А. Артемов, А. Брыкин, В. Шумаев, весь процесс государственного финансового регулирования как в краткосрочной, так и долгосрочной перспективе должен регулироваться отлаженной