

*Т.О. ПОГОРЕЛОВА*, доц., НТУ «ХП»;

*А.І. БУРЛАКА*, студентка НТУ «ХП»

## ЯК ДОСЯГТИ ТОЧКИ БЕЗБИТКОВОСТІ

Метою написання статті є дослідження теоретичних основ та розробка практичних рекомендацій щодо досягнення безбитковості діяльності підприємства. У статті досліджено поняття точки безбитковості, запасу міцності, виробничого важеля; розроблено рекомендації щодо досягнення успіху підприємства, використовуючи описані поняття.

**Ключові слова:** точка безбитковості, виробничий важіль, запас міцності, прибуток, постійні витрати, змінні витрати, виручка.

**Вступ.** Як немає межі досконалості, так немає того обсягу продажів і прибутку, досягнувши який, можна сказати: "більше не треба". Для успішного ведення бізнесу необхідно не тільки прораховувати, скільки компанія заробить при досягненні запланованого обсягу продажів, але і чітко уявляти, який мінімальний обсяг продажів необхідний для забезпечення безбиткової роботи. Актуальність аналізу безбитковості обумовлена його корисністю та ефективністю при прийнятті грамотних управлінських рішень. Це потужний інструмент оперативного і стратегічного планування та управління на підприємстві. Він є однією з важливих складових оцінки прибутковості діяльності підприємства.

**Аналіз останніх досліджень.** Основи концепції безбитковості були закладені західними економістами. У вітчизняній науці дослідженнями цих питань займаються такі вчені: Лебедєв П.В., Савчук В.П., Савицька Г.В., Волков О.І., Скляренко В.К., Вахрушіна М.А. та ін. [1]. Узагальнення та аналіз підходів різних авторів до визначення точки безбитковості дозволив виявити найбільш загальні критерії їх порівняння і зробити висновок, що більшість авторів описують один і той же стан підприємства, коли виручка від реалізації продукції в точці безбитковості дорівнює витратам, а прибуток - нулю.

**Мета дослідження.** Метою статті є окреслення теоретичної частини точки безбитковості і розробка рекомендацій щодо ефективного визначення точки безбитковості.

**Матеріали досліджень.** Заробити прибуток - означає продати продукції стільки, щоб покрити всі витрати на її виробництво і після цього мати якийсь "залишок". Плануючи свій прибуток, оптиміст задасть питання: "Скільки потрібно продати, щоб отримати хороший навар?" Песиміст буде більш обережним, цікавлячись: "Скільки потрібно продати, щоб не прогоріти, щоб звести кінці з кінцями?" Всі ці питання

сходяться в одній точці - у визначенні того обсягу продажів, нижче якого підприємство буде втрачати гроші, вище якого - заробляти. Цей мінімально допустимий обсяг продажів, який покриває всі витрати на виготовлення продукції, не приносячи при цьому ні прибутку, ні збитків, отримав назву точка беззбитковості (вона ж - точка рівноваги, вона ж - break-even point).

Точка беззбитковості визначається на підставі даних про обсяги реалізації продукції і витрати на її виготовлення. Обов'язкова умова розрахунків - поділ витрат на змінні і постійні. Змінні витрати змінюються пропорційно обсягам випуску продукції (сировина, матеріали, комплектуючі, відрядна зарплата, технологічна енергія). Постійні - не залежать від обсягів виробництва (це витрати на ремонт та утримання обладнання і будівель, орендні та лізингові платежі, витрати на опалення та освітлення, погодинна зарплата).

Шукана точка беззбитковості в грошовому вираженні визначається за формулою (1):

$$\text{Точка беззбитковості (в грошовому вираженні)} = \frac{\text{постійні витрати}}{\text{виручка від реалізації} - \text{змінні витрати}} * \text{виручка від реалізації} \quad (1)$$

Виручка і витрати повинні відноситись до одного і того ж періоду часу (місяць, квартал, півроку, рік). Точка беззбитковості буде характеризувати мінімально допустимий обсяг продажів за той же період [2].

Чи можна сказати, що критерій успішної роботи компанії - це низька точка беззбитковості, а зростання точки беззбитковості говорить про погіршення становища компанії? Можна, але тільки за умови, що масштаби компанії не міняються (якщо ми маємо незмінний обсяг продажів, не розширюємось, не скорочуємось).

Як тільки розмір компанії збільшився (розмір, що вимірюється обсягами продажів), компанія виходить на нову, більш високу, точку беззбитковості. Тобто отримуємо таку закономірність: точка беззбитковості змінюється пропорційно оборотам компанії.

Однак точка беззбитковості може дати об'єктивну відповідь не на всі запитання. Точка беззбитковості завжди покаже, який мінімум продажів необхідний, щоб компанія працювала без збитків, але сказати, зміцнішало або послабилось фінансове становище компанії, може не завжди. Для відповіді на останнє питання використовується "запас міцності". Його завдання - показати, наскільки близько підприємство підійшло до межі, за якою починаються збитки. Точніше - на скільки відсотків може бути знижений обсяг реалізації для збереження беззбитковості (якщо фактичний обсяг реалізації нижче точки беззбитковості, "запас міцності" покаже, на скільки відсотків необхідно збільшити обсяг реалізації для досягнення беззбиткового рівня роботи).

Для розрахунку "запасу міцності" необхідно відхилення фактичної виручки від розрахункової точки беззбитковості розділити на фактичну виручку, як приведено у формулі (2)[3]:

$$\text{«запас міцності»} = \frac{\text{виручка від реалізації} - \text{точка беззбитковості}}{\text{виручка від реалізації}} \% \quad (2)$$

Чим вище отримане значення, тим міцніше наше становище - тим менше нашому прибутку варто побоюватися негативних змін ринку: падіння обсягу продажів, зростання витрат. "Запас міцності" знімає вплив масштабу компанії (що не дозволяла "точка беззбитковості"), тому дозволяє об'єктивно, без будь-яких умов, порівнювати підприємства з різними обсягами продажів або оцінювати зміни фінансового становища підприємства на різних етапах його життя.

Важливо знати не тільки мінімально допустиму виручку від реалізації в цілому, а й необхідний внесок, який повинен принести кожен продукт в загальну скарбничку прибутку - тобто мінімально необхідну кількість продажів кожного виду продукції. Для цього розраховується точка беззбитковості в натуральному вираженні за формулою (3):

$$\text{Точка беззбитковості} = \frac{\text{постійні витрати}}{\text{ціна реалізації одиниці продукції} - \text{змінні витрати на одиницю продукції}} \quad (3)$$

(в натуральному вираженні)

Формула працює бездоганно, якщо підприємство виробляє тільки один вид продукції. У реальності такі підприємства зустрічаються нечасто. Для компаній з великою номенклатурою виробництва виникає проблема рознесення загальної величини постійних витрат на окремі види продукції.

Традиційно постійні витрати розподіляють за видами продукції пропорційно обсягам реалізації. Тим самим передбачається, що продукти, які краще продаються, в змозі покрити більше постійних витрат. Така зрівнялівка несправедлива і не дозволяє об'єктивно оцінити необхідний внесок окремих видів продукції в загальний результат.

Відомо, що у складі постійних витрат можуть бути елементи, пов'язані з виробництвом конкретного виду продукції. Логічно, що ці конкретні витрати повинні окупатися виручкою від продажу "їх джерела". Таким чином, управлінський облік витрат - основа об'єктивної оцінки беззбитковості.

Досягнувши точки беззбитковості, можна починати підраховувати свої прибутки. При цьому виникає наступне логічне запитання, на які темпи зростання прибутку ми можемо розраховувати? Характеристику можливих темпів зростання прибутку компанії дає виробничий важіль (він же - виробничий леверидж, він же - operating leverage). Завдання виробничого важеля - показати, на скільки відсотків зросте прибуток підприємства при зміні виручки на 1%. Для розрахунку виробничого важеля використовується формула (4):

$$\text{виробничий важіль} = \frac{\text{виручка} - \text{змінні витрати}}{\text{виручка} - \text{змінні витрати} - \text{постійні витрати}} \quad (4)$$

Величину виробничого важеля визначає структура витрат - розподіл сил між змінними і постійними витратами. Чим вище частка постійних витрат у загальних витратах компанії, тим вище виробничий важіль. Іншими словами, підприємство з високим виробничим важелем - це те, в чіх витратах переважає частка постійних витрат. У підприємства з низьким виробничим важелем у витратах переважають змінні [4].

Чим же відрізняються підприємства з високим і низьким виробничим важелем? При однаковому зростанні обсягів продажів, підприємство з високим важелем (з високою часткою постійних витрат) буде нарощувати прибуток більш високими темпами, ніж підприємство з низьким. Але при падінні продажів перше підприємство буде втрачати прибуток швидше.

До якого ж важеля прагнути - високого чи низького? При несприятливій ринковій обстановці, що загрожує зниженням обсягів продажів, більше вигідний низький виробничий важіль. Навпаки, при сприятливій ринковій кон'юктурі - при зростанні обсягів реалізації - вигідніше високий важіль.

**Висновки.** Як з'ясовується, на різних етапах роботи підприємства беззбитковий обсяг продажів різний, а незначна зміна виручки може викликати істотну зміну прибутку. У зв'язку з цим, аналіз беззбитковості і планування прибутку повинні проводитися регулярно, а не від випадку до випадку. Опишемо коротко кроки по дорозі до шуканого успіху:

1. Розрахунок мінімально допустимого обсягу продажів - точки беззбитковості - в цілому по підприємству і по кожному виду продукції. Це - обов'язкова планка, яку необхідно подолати.

2. Оцінка того, наскільки далеко реальні продажі знаходяться від мінімально допустимого рівня - розрахунок "запасу міцності". Ріст "запасу міцності" скаже нам про зміцнення фінансового становища компанії, зниження - про необхідність коригувань - зниження витрат, збільшення цін реалізації, зміну пропорцій між продажами окремих товарів.

3. Визначення стійкості прибутку до зміни обсягів продажів - розрахунок виробничого важеля. Чим вище важіль - тим швидше буде змінюватися (зростати, падати) наш прибуток при зміні обсягів продажів.

4. Планування зростання продажів - високий важіль нам друг - варто прагнути збільшувати частку постійних витрат. Передбачається зниження продажів - з високим важелем варто поборотися - знайти можливості щодо зниження частки постійних витрат.

**Список літератури:** 1. Електронний ресурс - [http://www.rusnauka.com/29\\_NNM\\_2008/Economics/35762.doc.htm](http://www.rusnauka.com/29_NNM_2008/Economics/35762.doc.htm). 2. *Савицкая Г.В.* Анализ эффективности деятельности предприятия: методологические аспекты / *Г.В. Савицкая*. - 6-е изд. испр. - М. : Новое знание, 2001. - 703 с. 3. *Замброжская Е.С.* Запас финансовой прочности, как показатель оценки экономической эффективности инвестиционных

проектів по створенню виробничих об'єктів // Молодой ученый. - 2013. 4. *Зайцева О.П.* Диагностика ликвидности как инструмент финансового управления предприятием / *О.П. Зайцева, Л.Б. Ельшьева* // Сибир. финансовая шк. - Новосибирск, 2009. - № 7/8.

**Bibliography (transliterated):** 1. Elektronnij resurs - [http://www.rusnauka.com/29\\_NNM\\_2008/Economics/35762.doc.htm](http://www.rusnauka.com/29_NNM_2008/Economics/35762.doc.htm). 2. Savickaja G.V. *Analiz jeffektivnosti dejatel'nosti predprijatija: metodologicheskie aspekty* / G.V. Savickaja. - 6-e izd. ispr. - M. : Novoe znanie, 2001. - 703 s. 3. Zambrzhickaja E.S. *Zapas finansovoj prochnosti, kak pokazatel' ocenki jekonomicheskoy jeffektivnosti investicionnyh projektov po sozdaniyu proizvodstvennyh ob#ektov* // Molodoj uchenyj. - 2013. 4. *Zajceva O.P.* *Diagnostika likvidnosti kak instrument finansovogo upravlenija predprijatiem* / O.P. Zajceva, L.B. Elysheva // Sibir. finansovaja shk. - Novosibirsk, 2009. - № 7/8.

Надійшла до редколегії 28.02.2014

УДК 658.14/17

**К.Ю. СЛАТИНА**, студентка, НТУ «ХПІ»;  
**С.П. СУДАРКІНА**, канд.екон.наук, проф., НТУ «ХПІ»

## СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТА МЕТОДИКИ ЙОГО АНАЛІЗУ

Визначено сутність поняття фінансового стану та необхідність його аналізу. Визначено послідовність етапів проведення аналізу фінансового аналізу. Запропоновано найбільш підходяща методика аналізу фінансового стану підприємства на основі платоспроможності, ліквідності та аналізу дебіторської заборгованості.

Ключові слова: фінансовий стан, оцінка, аналіз, підприємство, ліквідність, платоспроможність

**Вступ.** На сьогодні аналізувати фінансовий стан будь-якого підприємства є нагальною необхідністю, бо не можна вести господарство без міри ваги і рахунку, не добуваючись перевищення доходів над видатками. Цезавжди було важливо, тим більше зараз, коли на зміну безгосподарності і безвідповідальності приходить підприємництво, сувора дисципліна і ощадливість.

Закони ринкової економіки вимагають відповідного способу мислення і поведінки всіх її учасників. Ринкова економіка не терпить, щоб омертвлялися мільярди гривень. Ринкова економіка приведе в рух всі ці ресурси, аби кожна вкладена в підприємство гривня давала найвищий прибуток. Щоб забезпечити це, на підприємстві необхідно здійснювати аналіз фінансового стану, проводити обґрунтоване наукою дослідження фінансових відносин і руху фінансових ресурсів у процесі господарської і торговельної діяльності кожного підприємства.

---

© К.Ю. Слатіна, С.П. Сударкіна, 2014