

МОДЕЛІ ВПЛИВУ ЗМІНИ ВИТРАТ ТА ЦІН НА КРИТИЧНИЙ ОБСЯГ ПРОДАЖІВ І ЗАПАС ФІНАНСОВОЇ МІЦНОСТІ ШВЕЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

РАДІОНОВА Н. Й.

доцент кафедри обліку і аудиту

Київський національний університет технологій і дизайну

м. Київ, Україна

Розрахунок точки беззбитковості (критичного обсягу продажів) має особливо важливе значення при виборі й розвитку нових видів продукції або розширенні діючого виробництва. Нині всі ці тенденції дуже актуальні для вітчизняних швейних підприємств в умовах ринкових відносин, втрати старих і завоювання нових ринків, формування нових господарських зав'язків, зміни профілю роботи, диверсифікації діяльності.

Розрахунки критичного обсягу містять потрібну інформацію також і для швейних підприємств, що функціонують у відносно стабільних умовах і традиційних сферах діяльності без істотних якісних зрушень стосовно обсягу і структури виробництва, тому що дають змогу визначити для кожної конкретної ситуації зміни запасу фінансової міцності підприємства та передбачають рішення, що забезпечують досягнення її безпечного рівня.

Величина критичного обсягу насамперед залежить від рівня й динаміки постійних витрат і питомих змінних витрат, а також рівня й динаміки цін на продукцію [3]. Вплив кожного з названих чинників можна визначити за розробленими моделями (табл. 1). Зниження постійних витрат, навпаки, зменшує критичний обсяг, що в низці випадків може сприяти поліпшенню фінансового становища швейного підприємства.

Таблиця 1

Моделі зміни критичного обсягу продажів під впливом зростання (зменшення) постійних і змінних витрат, а також динаміки цін на продукцію

Фактори	Моделі зміни критичного обсягу продажів
1. Зміна постійних витрат	$\Delta B_{K_{зп}} = \Delta Q_{K_{зп}} = I_{зп} - 1$
2. Зміна питомих змінних витрат	$\Delta Q_K = \frac{W_1 \times (I_w - 1)}{(Ц - I_w \times W_1)} = \frac{I_w - 1}{Ц/W_1 - I_w}$
3. Зміна ціни продажу одиниці продукції	$\Delta Q_{K_ц} = \frac{1}{I_ц - 1}$

Примітка: B_K (ΔQ_K) – відносна зміна критичного обсягу відповідно в грошовому і натуральному виразі; $I_{зп}$ – індекс зміни постійних витрат; $I_ц$ – індекс зміни продажної ціни одиниці продукції; I_w – індекс зміни змінних витрат на одиницю продукції в натуральному вираженні; W – змінні витрати на одиницю продукції в натуральному вираженні; $Ц$ – ціна продажу одиниці продукції; 1 – базове значення показника.

Джерело: розроблено автором.

Збільшення суми постійних витрат за інших рівних умов призводить до зростання критичного обсягу, оскільки виникає необхідність виробництва й реалізації додаткового обсягу продукції для того, щоб виручка від реалізації покрила витрати, які зростають. Наприклад, зростання амортизації внаслідок розширення й оновлення вартості основних засобів або зміни їх вартості в результаті переоцінки зумовлюють зміщення точки беззбитковості в бік збільшення [1].

Відносну зміну критичного обсягу, що відбувається внаслідок зростання або зменшення постійних витрат при інших незмінних чинниках, можна визначити за формулами, наведеними в поданій далі табл. 2 [2].

Абсолютна зміна критичного обсягу продажів завдяки зростанню або зменшенню постійних витрат за умови наявності інших незмінних чинників визначається за виразами, де 1 і 2 означають номер періоду:

$$\Delta V_k = V_{k_1} \times (I_{3_n} - 1) \quad (1)$$

або

$$\Delta Q_k = Q_{k_1} \times (I_{3_n} - 1), \quad (2)$$

тоді:

$$V_{k_2} = V_{k_1} \times I_{3_n} \text{ чи } Q_{k_2} = Q_{k_1} \times I_{3_n}. \quad (3)$$

Формули засвідчують, що збільшення постійних витрат спричиняє пропорційне зростання критичного обсягу продажів.

Таблиця 2

Моделі зміни прибутку під впливом зростання (зменшення) постійних і тимчасових витрат, а також динаміки виручки від реалізації продукції швейних підприємств

Чинники	Моделі зміни прибутку від продажів
1. Зміна постійних витрат	$\Delta \text{ПР} = \frac{d_{3_{п1}} \times (I_{3_n} - 1)}{P_1}$
2. Зміна змінних витрат	$\Delta \text{ПР} = \frac{V_1 \times (I_V - 1)}{P_1}$
3. Зміна постійних та змінних витрат	$\Delta \text{ПР} = \frac{d_{3_{п1}} \times (I_{3_n} - 1) + (I_V - 1)}{P_1}$
4. Зміна виручки	$\Delta \text{ПР} = \frac{(I_V - 1)}{P_1}$
5. Зміна виручки, постійних та змінних витрат	$\Delta \text{ПР} = \frac{(I_V - 1) - d_{3_{п1}} \times (I_{3_n} - 1) - V_1 \times (I_V - 1)}{P_1}$

Розроблено автором

Якщо в результаті прийняття рішень щодо зростання постійних витрат (наприклад, унаслідок створення нової управлінської служби) критичний обсяг стане нижче від запланованого обсягу продажів, або запас фінансової міцності підприємства зменшиться нижче допустимого рівня, який, за оцінками фахівців, становить 10...25% [5], то підприємству необхідно передбачити заходи щодо підвищення обсягу продажів (шляхом нарощування випуску

продукції або підвищення цін). Якщо через сформовану кон'юнктуру ринку або брак виробничих потужностей підприємства це здійснити неможливо, то суб'єкт підприємництва має бути готовим до втрат запасу фінансової міцності чи відмовитися від заходів, пов'язаних зі збільшенням постійних витрат.

На точку беззбитковості та її рух значно впливає також динаміка змінних витрат. Збільшення їх, пов'язане, наприклад, із зростанням цін на сировину, матеріали, паливо та електроенергію, спонукає підприємство організувати додаткове виробництво продукції. Відтак точка беззбитковості зміщується в бік збільшення критичного обсягу виробництва. Навпаки, скорочення змінних витрат на одиницю продукції унаслідок вдосконалення організації виробництва та праці, упровадження нових технологій тощо викликають сприятливі зміни (зменшення) критичного обсягу виробництва [4].

Якщо рівні постійних витрат і ціни на продукцію є незмінними, то відносну зміну критичного обсягу продажів, що виникає під впливом зміни питомих змінних витрат, можна визначити за даними табл. 2. Новий рівень критичного обсягу продажів визначається таким чином:

$$B_{K_2} = B_{K_1} \times \frac{1 - V_1}{1 - V_2} = B_{K_1} \times \frac{m_1}{m_2} = \frac{B_{K_1}}{I_m}; \quad (4)$$

$$Q_{K_2} = Q_{K_1} \times \frac{C_1 - w_1}{C_2 - w_2} = Q_{K_1} \times \frac{\mu_1}{\mu_2} = \frac{Q_{K_1}}{I_\mu}. \quad (5)$$

Зміна рівня змінних витрат призводить до відповідної зміни маржинального доходу. У свою чергу, як очевидно із запропонованих формул, зміна критичного обсягу продажів призведе пропорційно до зміни маржинального доходу.

Зміна ціни реалізації також впливає на величину критичного обсягу продажів. Збільшення ціни, а отже, і рентабельності продукції, уможливило меншим обсягом продажів досягти беззбиткової діяльності підприємства (за умови, що зростання цін не призведе до скорочення попиту на продукцію).

Відповідно зменшення цін вимагає виконання більшого обсягу виробництва та реалізації продукції для беззбиткової діяльності при тому ж рівні витрат. Як зміни цін впливають на критичний обсяг продажів, показано в табл. 5.5.

Якщо зміна постійних і питомих змінних витрат призвела до зростання критичного обсягу та зниження запасу фінансової міцності, то можна розрахувати такий рівень цін (C_2), який потрібний для збереження величин критичного обсягу та запасу фінансової міцності. У цьому випадку приймається, що запланований обсяг виробництва та реалізації продукції не можуть бути змінені. Цей рівень цін визначається з рівності $Q_{K_1} = Q_{K_2}$.

Отже:

$$B / (C_1 - w_1) = B_{n_2} / (C_2 - w_2); \quad (6)$$

$$C_2 = w_2 + I_{3n} \times C_1 - I_{3n} \times w_1 = w_2 + I_{3n} \times (C_1 - w_1) \quad (7)$$

або

$$C_2 = w_1 \times I_w + \mu_1 \times I_{3n} \quad (8)$$

Якщо, ураховуючи кон'юнктуру ринку, ціна не може бути підвищена, то для збереження запасу фінансової міцності на допустимому рівні при збільшенні витрат підприємству необхідно забезпечити додатковий обсяг виробництва і продажу (при тих само цінах).

Використовуючи запропоновану модель під час управління витратами й цінами, потрібно зважати на те, що однакові відносні зміни постійних і змінних витрат і цін по-різному впливають на зміну критичного обсягу продажів та запасу фінансової міцності. Це виникає внаслідок відмінностей у структурі витрат і рівня виручки підприємств швейної промисловості. За допомогою моделі, яка пропонується, швейні підприємства можуть обрати пріоритети впливу на чинники формування витрат, щоб досягти, принаймні, беззбиткової діяльності.

Література:

1. Палка І.М. Особливості управління витратами на підприємствах: вітчизняний та закордонний досвід / І.М. Палка // Економічний простір. – № 67. – 2012. – С. 264-269.
2. Радіонова Н.Й. Сучасні напрямки удосконалення управління виробничими затратами на підприємстві / Н.Й. Радіонова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. – 2017. – № 1. – С. 59-65.
3. Скрипник М.І. Організація обліку витрат у розрізі центрів витрат та центрів відповідальності / М.І. Скрипник // Облік і фінанси АПК. – К.: ТОВ ЮФ «Юр-Агро-Вест». – 2011. – № 1. – С. 46-49.
4. Тарасенко І.О. Сталий розвиток підприємств швейної промисловості: теорія, методологія, практика: монографія / І.О Тарасенко. – К.: КНУТД, 2010. – 390 с.
5. Уильямсон О.И. Вертикальная интеграция производства: соображения по поводу неудач рынка / О.И. Уильямсон // Вехи экономической мысли. Т. 2. Теория фирмы; под ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 2000. – 534 с.

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ. ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ

ТІТАРЧУК А. О.

студентка

Львівський національний університет

імені Івана Франка

м. Львів, Україна

У сучасному світі значним посиленням конкуренції характеризується розвиток ринкових відносин. Кожне підприємство в ході своєї діяльності є учасником конкурентної боротьби за споживача. Конкуренція на ринку спонукає товаровиробників покращувати процеси виробництва, залучати інвестиції, ефективніше використовувати ресурси, впроваджувати інновації, наздоганяти науково-технологічний прогрес та таким чином найповніше задовольняти потреби споживачів.