

*Зайцев Александр Константинович*

бакалавр экон. наук, студент  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный  
экономический университет»  
г. Санкт-Петербург

## **ПОРОГ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРОДАЖ: ПОНЯТИЕ, МЕТОДЫ РАСЧЁТА И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА НЕГО**

*Аннотация:* автор устанавливает актуальность использования при оценке финансового положения хозяйствующего субъекта такого инструмента, как порог рентабельности продаж. В статье сформулировано понятие данного инструмента, определены методы его расчёта и рассмотрены факторы, влияющие на него. Дан вывод о пользе применения данного инструмента при анализе финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

*Ключевые слова:* предприятие, управление, экономический анализ, порог рентабельности продаж, точка безубыточности.

Основной целью деятельности каждого хозяйствующего субъекта является удовлетворение потребностей рынка с целью получения положительного финансового результата (прибыли).

Для получения прибыли предприятию необходимо производить качественную и широко ассортиментную продукцию, что проблематично без устойчивого финансового состояния предприятия и твердой конкурентоспособной позиции на рынке. Любое предприятие является предметом внимания широкого круга участников, которые заинтересованы в оценке его финансового состояния и преследующими разные цели [4].

Главным инструментом, дающим оценку финансовому положению предприятия, является анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Основной целью анализа является получение основных ключевых параметров, позволяющее дать объективное и точное представление о финансовом положении предприятия [1].

Порог рентабельности предполагает собой показатель наименьшего объема продаж фирмы, при котором приобретённая прибыль целиком перекроет все без исключения расходы на изготовление продукта, как и расходы на его реализацию.

Другими словами, порог рентабельности – норма приобретённой выручки от осуществления продукта либо конкретное число реализованного продукта, получив или, реализовав которую фирма уже не несет потерь, но еще и не приобретает доход.

Зачастую порог рентабельности именуют точкой безубыточности, критическим объемом производства или критической точкой. Необходимо принимать во внимание, что увеличение прибыли станет осуществляться в том случае, когда выручка превзойдёт пороговую норму рентабельности. Соответственно, реализовывать продукцию следует в размере, большем показателя точки безубыточности [2].

Факторы, которые оказывают влияние на значение порога рентабельности: цена реализации за единицу продукции, переменные и постоянные затраты на изготовление, реализацию и управление. При изменении данных факторов, значение порога рентабельности способно сокращаться либо расти.

При расчетах порога рентабельности затраты на изготовление разделяют на постоянные и переменные затраты, и если постоянные затраты относительно постоянны или условно-постоянны на протяжении конкретного периода и будут находиться в зависимости от изменений уровня производства в компании, то переменные совокупные затраты будут зависеть от производимого объема продукции [3].

Существует два метода определения порога рентабельности:

- аналитический (метод уравнений);
- графический.

Аналитический метод представлен следующими уравнениями.

Соотношение показателей, которые характеризуют порог рентабельности:

$$З \text{ пос} + З \text{ пер} = В \text{ тр}, (1)$$

где  $V_{tr}$  – единое значение выручки в точке безубыточности;

$Z_{пер}$  и  $Z_{пос}$  – переменные и постоянные затраты соответственно;

$Z_{пос} = VM$ , где

$VM$  – валовая маржа.

При выявлении потребности расчета точки безубыточности, проявленной в численном эквиваленте (в единицах продукта) получаем:

$$Prn = Z_{пос} / (Ц - Z_{Сперем}), (2)$$

где  $Prn$  – предел рентабельности в единицах продукта;

$Z_{пос}$  – постоянные затраты;

$Z_{Сперем}$  – переменные средние затраты (учитывающиеся на 1 единицу продукта);

$Ц$  – прибыль после реализации продукта (стоимость).

Вычисляя единый предел рентабельности, мы видим критический размер выручки – реализовывать товар на меньшую сумму предприятию становится не выгодным. Соответственно, организация станет прибыльной в случае, если выручка превзойдет пороговое значение. Предсказать основные характеристики деятельности компании, принимая во внимание условия на рынке, способен такой финансовый механизм, как график безубыточности. Выручка рассчитывается при условии, что цена продукции не меняется в данный промежуток времени и выпуск производится равномерно [3].

Пересечение прямых выручки и валовых расходов, спроецированных на ось  $X$ , и есть искомая величина – точка безубыточности. График с точкой безубыточности изображён на рисунке 1.

Запас финансовой прочности представляет собой разницу между выручкой (нетто) от продаж и порогом рентабельности продаж и рассматривается как показатель риска.

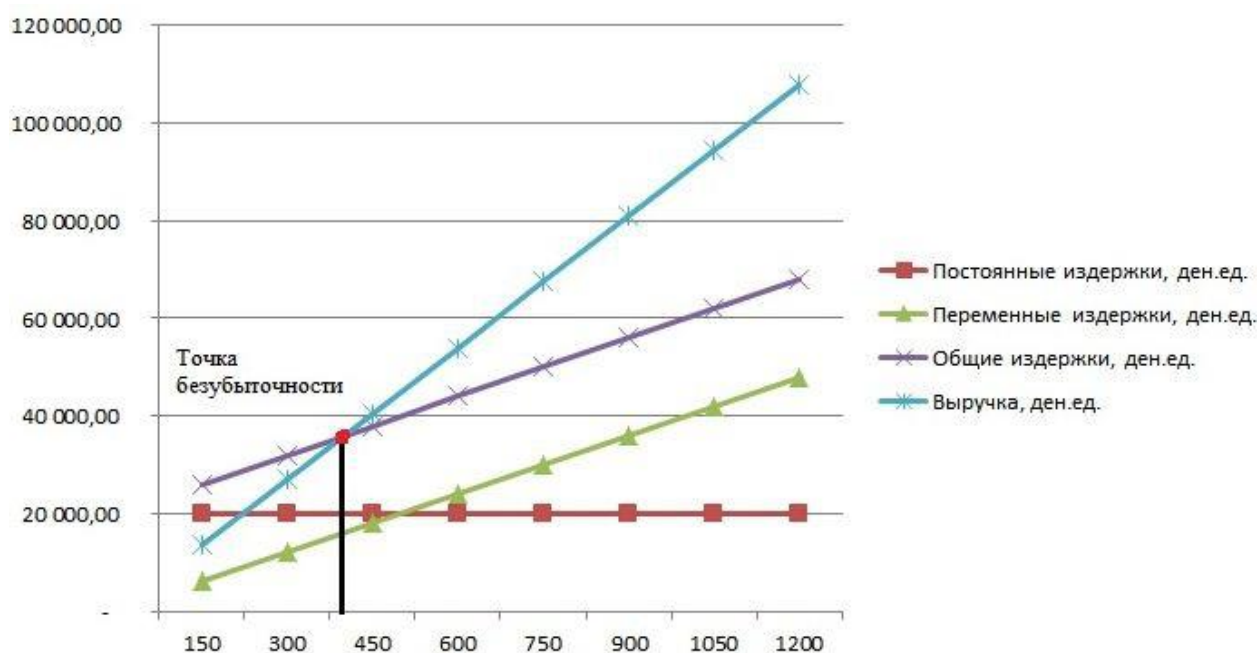


Рис. 1. График безубыточности

Если снижение выручки будет равнозначно запасу финансовой прочности, в таком случае финансовый результат станет равный нулю. Если сокращение выручки превысит запас прочности, то финансовый результат станет убытком. Чем ниже запас финансовой прочности, тем выше угроза не покрыть постоянные расходы и получить убыток при сокращении объема продаж.

Рискованность операционной деятельности характеризует, кроме того, степень или силу воздействия операционного рычага, который измеряется как отношение темпа прироста балансовой прибыли к темпу прироста объемов продаж. При повышении спроса операционный рычаг действует положительно, а падение спроса порождает негативное воздействие – прибыль снижается быстрее объемов продаж. Постоянные затраты можно анализировать как основной источник риска: чем выше доля постоянных затрат в структуре себестоимости, тем более рискованна операционная деятельность предприятия [3].

Однако расчет точки безубыточности обладает и отрицательным моментом. Негативным фактором считается то, что непосредственно сам метод по своей природе не является экономическим. Он не подразумевает получение прибыли, то есть цена в указанном случае – это совокупность постоянных и переменных расходов, норма прибыли не закладывается при расчетах.

В заключение следует отметить, что грамотно подобранная ценовая стратегия, квалифицированная тактика развития цен, экономически выверенные способы ценообразования составляют базу эффективной работы компании.

Подводя итоги, можно отметить то, что для результативной деятельности учреждений необходимо экономически грамотное руководство. Исследование даёт возможность изучить динамику формирования, установить факторы, оказывающие большое влияние на финансовый результат, дать обоснование принимаемым административным решениям, обнаружить запасы эффективности производственной деятельности. Исследование финансово-хозяйственной деятельности позволяет выработать долгосрочную стратегию развития предприятия.

Прибыль гарантирует финансовое и производственное развитие предприятия. Значимым инструментом в оценке финансового состояния считается экономический анализ, при помощи которого выявляют причины изменения показателей финансовых результатов и резервов роста прибыли, в частности, способность своевременно рассчитывать порог рентабельности и определять эффект операционного рычага.

### *Список литературы*

1. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ / Л.Т. Гиляровская, Г.В. Корнякова [и др.]. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 615 с.
2. Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Финансовый анализ. Управление финансами / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. – М.: Юнити-Дана, 2014. – 639 с.
3. Финансовый менеджмент: теория и практика / под ред. В.С. Стояновой. – М.: Перспектива, 2014. – 656 с.
4. Финансы / под ред В.В. Ковалева. – М.: ТК Велби Проспект, 2016. – 640 с.