

УДК 338.4

**ОБЪЕМ ПРОДАЖ – КАК ВАЖНЕЙШИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ ТЕКСТИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ**

**THE SALES VOLUME IS A KEY INDICATOR
OF THE COMPETITIVENESS
OF ENTERPRISES OF THE TEXTILE INDUSTRY**

А.Ю. МИСАИЛОВ, А.М. ДАВЫДОВ, Д.М. ДАВЫДОВ

A.YU. MISAILOV, A.M. DAVYDOV, D.M. DAVYDOV

(Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет,
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова)

(Moscow State University of Civil Engineering (National Research University),
Plekhanov Russian University of Economics)

E-mail: misailovay@mgsu.ru; amdavydov@mail.ru; davydov.dm@rea.ru

В статье рассматриваются ошибки начинающих предпринимателей при использовании традиционных методик расчета критического объема продаж и роль этого показателя в прогнозировании емкости рынка сбыта и количества потенциально реализуемой продукции. Для получения более точных результатов при расчете критического объема продаж следует обратить внимание на распределение условно-постоянных расходов между производственными линиями по изготовлению отдельных видов продукции, исходя из прямых материальных затрат, суммы заработной платы производственных рабочих, затраты машино-часов, структуры объема реализации.

The article discusses the mistakes of novice entrepreneurs when using traditional methods for calculation of critical volume of sales and the role of this indicator in predicting the capacity of the market and the number of products sold. To obtain more accurate results in the calculation of the critical volume of sales you should pay attention to the distribution of fixed costs between production lines to manufacture certain products on the basis of direct material costs, the amount of wages of production workers, cost of machine hours, the structure of sales.

Ключевые слова: критический объем продаж, распределение условно-постоянных расходов, предпринимательская деятельность малых и средних предприятий, точка безубыточности, малый бизнес в текстильной отрасли.

Keywords: critical sales volume, distribution of fixed costs, entrepreneurship of small and medium-sized enterprises, break-even point, small business in the textile industry.

Решение поставленной Президентом Российской Федерации задачи по созданию 25 миллионов рабочих мест и увеличению доли сектора малого и среднего предпринимательства к 2024 г. до 40% связано с естественным ходом развития бизнеса в текстильной промышленности. Это обусловлено тем, что после увеличения в 2017 г. предельной численности для предприятий легкой промышленности с 250 до 1000 человек большинство из них теперь относится к среднему предпринимательству.

Высокий уровень спроса позволяет рынку легкой промышленности на 70 % превосходить автомобильный, а текстильной продукции по объему продаж занимать второе место после продовольственной продукции [1]. Малый и средний бизнес текстильного сектора в настоящее время сильно недооценен инвесторами, имеет большой потенциал для развития и высокую доходность (текстильное производство с инвестициями до 1,5...2 млн. руб. окупается через 1,5...2 года). Малые и средние предприятия не только создают рабочие места и обеспечивают население доходами, определяют социально-экономическое положение страны в целом и регионов в ней, но и демонстрируют положительную связь с благосостоянием населения и экономическим ростом. Такие предприятия выполняют важнейшую социальную функцию по повышению качества жизни людей, так как стимулируют творческую предпринимательскую инициативу граждан по поиску новой идеи и составлению бизнес-плана, поиску необходимых ресурсов и организации нового предприятия, управлению созданным предприятием и росту конкуренции в экономике [2].

Каждый предприниматель, осваивая практику хозяйствования, вынужден рационально и эффективно управлять производством, максимально экономить ресурсы, грамотно применять инновации, ясно осознавать место своего бизнеса в системе регионального хозяйства, мыслить неординарно, масштабно и вариативно. Это позволит ликвидировать насыщенность рынка контрафактной и фальсифицированной продукцией из азиатских стран, для которой характерны дешевая ткань, низкое и среднее качество изготовления, реализация по невысоким ценам. Качественные и красивые ткани, современный оригинальный дизайн, привлекательные расцветки позволят текстильным предприятиям свести к минимуму недобросовестную конкуренцию и увеличить долю российских товаров на текстильном рынке страны до 50%.

Для стимулирования развития текстильного производства в стране взят курс на создание собственной сырьевой базы и доступность натуральных тканей и текстиля минерального, искусственного и синтетического происхождения. Повышению конкурентоспособности будет способствовать начавшаяся работа по устранению технической и технологической отсталости, увеличению коэффициента обновления оборудования и модернизации производства. Большое значение на современном этапе уделяется решению вопросов подготовки профессиональных грамотных предпринимателей, умеющих наладить собственное текстильное производство на основе кластерного межрегионального взаимодействия.

Производственная деятельность коммерческой организации зависит от разных факторов, но, как показывает практика, не-

редко дисбаланс объемов производства и объемов продаж связан с недочетами в расчетах критического объема продаж.

Структура и значимость отдельных видов расходов являются основными воздействующими факторами на величину конечного финансового результата. В связи с этим при составлении смет доходов и расходов хозяйствующий субъект должен уделять особое внимание анализу различных вариантов их сочетания и выбору наиболее оптимального соотношения. Классическое деление расходов на постоянные (арендная плата) и переменные (расходы сырья и материалов) возможно не дадут точного расчета критического объема продаж, вследствие чего нужно учитывать полупеременные расходы, к примеру, транспортные расходы. Такие расходы меняются скачкообразно, оставаясь стабильными при варьировании объема выпуска продукции в некотором интервале и меняющиеся при выходе объема производства за пределы данного интервала. Для удобства полупеременные расходы объединяют с постоянными, называя эту группу условно-постоянными расходами. Обособление условно-постоянных расходов имеет исключительную значимость для идентификации уровня производственного и финансового рисков. Это обособление используется и для расчета критического объема продаж – своеобразной контрольной точки, позволяющей установить ориентир в объемах производства продукции, доходы от продажи которой покрывают совокупные расходы на ее производство и реализацию, обеспечивая тем самым нулевую прибыль. В специальной литературе этот показатель имеет несколько синонимов, среди которых точка безубыточности, точка равновесия, порог рентабельности и даже "мертвая точка" (предложенная швейцарским бухгалтером И. Шерром). При расчете критического объема продаж наиболее распространены такие методы, как аналитический, графический и расчет маржинальной прибыли [3].

В основе аналитического метода лежит очевидная зависимость:

$$S = VC + FC + GI, \quad (1)$$

где S – реализация в стоимостном выражении; VC – переменные производственные расходы; FC – условно-постоянные производственные расходы; GI – прибыль.

При переходе к натуральным единицам формулу можно преобразовать:

$$pQ = vQ + FC + GI, \quad (2)$$

где Q – объем реализации в натуральном выражении; p – цена единицы продукции; v – переменные производственные расходы на единицу продукции.

Поскольку в точке безубыточности прибыль (GI) равна нулю, можно найти соответствующий объем продаж в натуральных единицах, называемый критическим (Q_c):

$$Q_c = FC : p - v.$$

Являясь базовой в системе внутрифирменного анализа, формула может использоваться как в ретроспективном анализе, так и в плано-аналитической работе. Задавая значения исходных параметров (цена, условно-постоянные и переменные расходы), легко рассчитать минимальный объем производства продукции, необходимый для покрытия расходов и обеспечивающий безубыточность финансово-хозяйственной деятельности.

Для иллюстрации зависимости между показателями, участвующими в расчете точки безубыточности, может использоваться графический метод. Пересечение линий выручки от реализации ($S = pQ$) и полных расходов ($VC + FC$) позволит увидеть переменные расходы ($VC = vQ$), условно-постоянные расходы (FC), а точка пересечения покажет "мертвую точку". Показания ниже ее обозначают область убытков, а выше – область дохода предприятия. При этом результаты анализа графика не следует абсолютизировать, так как взаимосвязь выручки и расходов не всегда прямо пропорциональна, а область доходов не безгранична и при насыщении рынка зависимость будет меняться [4].

Следствием аналитического метода является расчет маржинальной прибыли. В предыдущей формуле знаменатель ($cont = p - v$) называется удельной маржинальной

прибылью или вкладом (англ. contribution) и характеризует величину прибыли на единицу продукции. По мере наращивания объемов производства суммарный вклад полностью покрывает условно-постоянные расходы и обеспечивает генерирование прибыли. При этом экономический смысл "мертвой точки" предельно прост, так как характеризует количество единиц продукции, реализация которой обеспечит получение маржинальной прибыли, точно равной сумме условно-переменных расходов. Несложные преобразования позволяют найти формулу для расчета этого объема в стоимостном выражении:

$$Q_c p = FC : (cont : p). \quad (3)$$

Показатель $n_c = cont : p$ является нормой маржинальной прибыли, характеризует долю прибыли в цене единицы продукции и выражается в процентах. Повышение нормы приводит к снижению величины критического объема продаж, который рассчитывается по формуле:

$$FC : n_c. \quad (4)$$

Как показывает практика, начинающие предприниматели иногда производят расчеты с чистой прибылью. Более точным будет использование прибыли до вычета процентов и налогов, и в ходе анализа принимать во внимание не все расходы, а точку безубыточности увязывать с прибылью до вычета процентов и налогов. В связи с этим представляется необходимым расширение проводимого анализа дополнительными расчетами по распределению прибыли. Данная методика расчета является более справедливой, так как постоянные расходы, налоги и прочие обязательные финансовые отчисления имеют другое влияние на показатели финансово-хозяйственной деятельности. Необходимо заметить, что рассмотренная методика может использоваться для расчета объема производства, необходимого для получения планируемой прибыли до налогообложения.

Другим просчетом начинающих предпринимателей является использование сум-

марного показателя производства всех видов продукции. Между тем, поскольку производство одного вида текстильной продукции встречается достаточно редко, следует расчет усложнить и провести по каждому виду продукции [5]. Точность и значимость при этом зависят от того, каким образом удастся рассчитать значение параметров и распределить условно-постоянные расходы между производственными линиями, выпускающими разные виды текстильной продукции. В этом случае предприниматель в качестве базы для распределения общей суммы условно-постоянных расходов должен использовать величину прямых материальных затрат, сумму заработной платы производственных рабочих, затраты машино-часов, структуру объема реализации.

ВЫВОДЫ

1. Объем продаж для предпринимателя, начинающего бизнес в текстильном производстве, играет важную роль в стратегии развития компании, ее производственных мощностей и, главное, прогнозов в отношении емкости рынка сбыта и количества потенциально реализуемой продукции.

2. Объем продукции, доходы от продажи которой в точности покрывают совокупные расходы на ее производство и реализацию, обеспечивая тем самым нулевую прибыль, является основой для прогнозирования использования производственных мощностей и получения прибыли.

3. Для получения более точных результатов при расчете критического объема продаж следует использовать прибыль до вычета процентов и налогов, так как другие виды прибыли (чистая прибыль, прибыль до выплаты процентов и налогов) имеют другую природу связи с основными показателями финансово-хозяйственной деятельности.

4. Расчет критического объема продаж будет более обоснованным, если распределить условно-постоянные расходы между производственными линиями по изготовлению отдельных видов продукции, исходя из прямых материальных затрат, суммы заработной платы производственных рабочих,

затрат машино-часов, структуры объема реализации.

5. Недооцененный инвесторами малый и средний бизнес текстильного сектора (высокая доходность при окупаемости инвестиций от 1,5...2 млн. руб. через 1,5...2 года, второе место по объему продаж после продовольственной продукции) в случае активного развития гарантирует в ближайшие годы создание эффективно действующей отечественной системы современного текстильного производства, позволяющей свести к минимуму недобросовестную конкуренцию и увеличить до 50% долю российских товаров.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кудрявцев Е.М., Симакова Н.Е. Экономика предприятий стройиндустрии. – М.: АСВ, 2014.
2. Мисаилов А.Ю. Предпринимательство в строительстве как фактор стабилизации экономики в условиях кризиса // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова "Научное обозрение". – 2015, № 6. С. 198...201.
3. Экономика фирмы / Под общ. ред. Н.П. Иващенко. – М.: Проспект, 2017.
4. Зайцева И.А., Вязниковцева Е.А., Штебнер С.В. Определение уровня конкурентоспособности текстильных предприятий на российском рынке // Изв.

вузов. Технология текстильной промышленности. – 2018, № 5.

5. Канхва В.С. Теоретические и практические аспекты взаимосвязи конкурентоспособности и качества продукции текстильной промышленности // Изв. вузов. Технология текстильной промышленности. – 2018, №2.

REFERENCES

1. Kudryavtsev E.M., Simakova N.E. *Ekonomika predpriyatij stroyindustrii*. – M.: ASV, 2014.
2. Misailov A.Yu. *Predprinimatel'stvo v stroitel'stve kak faktor stabilizatsii ekonomiki v usloviyakh krizisa // Vestnik BGTU im. V.G. Shukhova "Nauchnoe obozrenie"*. – 2015, № 6. S. 198...201.
3. *Ekonomika firmy / Pod obshch. red. N.P. Ivashchenko*. – M.: Prospekt, 2017.
4. Zaytseva I.A., Vyaznikovtseva E.A., Shtebner S.V. *Opreделение urovnya konkurentosposobnosti tekstil'nykh predpriyatij na rossiyskom rynke // Izv. vuzov. Tekhnologiya tekstil'noy promyshlennosti*. – 2018, № 5.
5. Kankhva V.S. *Teoreticheskie i prakticheskie aspekty vzaimosvyazi konkurentosposobnosti i kachestva produktsii tekstil'noy promyshlennosti // Izv. vuzov. Tekhnologiya tekstil'noy promyshlennosti*. – 2018, №2.

Рекомендована кафедрой экономики и управления в строительстве НИУ МГСУ. Поступила 16.01.20.