

ПЛАНУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

О. Орлов

професор, доктор економічних наук

Є. Рясних

доцент, кандидат економічних наук

К. Ларіонова

Перехід до ринкових відносин потребує радикального переосмислення змісту, методів та інструментарію планування виробництва. Це особливо стосується найважливішої ланки - планування витрат і вартісних показників плану виробництва. Йдеться про концептуально новий підхід до планування витрат виробництва з урахуванням відсутності централізовано встановлених цін, ринкової кон'юнктури, яка швидко змінюється, конкуренції серед товаровиробників.

І тут доречно нагадати про одну подію, яка відбулася 70 років тому і визначила розвиток вітчизняної теорії і практики планування обліку та калькулювання витрат виробництва. У 1929 р., перебуваючи на Міжнародному конгресі бухгалтерів, радянські економісти вивчили організацію бухгалтерського обліку та калькулювання собівартості продукції на 21 американському підприємстві. В результаті було прийнято правильне рішення, що американську систему «стандарт-кост» (стандартна нормативна собівартість) не можна пристосувати до умов соціалістичного виробництва. З огляду на це радянські економісти розробили свою систему організації нормативного обліку та калькулювання собівартості. Ця система базувалася на тому, що не стихія ринку встановлює ціни, а держава. Вона не тільки директивно встановлювала підприємствам номенклатуру і асортимент продукції, але і жорстко вказувала, кому її постачати і від кого отримувати сировину, матеріали, комплектуючі вироби. І підприємства змушені були виконувати, навіть якщо вони були для них економічно не вигідними.

Ця система більш-менш стало функціонувала в період еволюційного розвитку економіки. Науково-технічна революція стала серйозним випробуванням для економічних систем. Ринкова система господарювання з її конкуренцією і наявністю широких верств підприємців успішно витримала це випробування. Планово-адміністративна ж економіка створювала перепони на шляху впровадження досягнень науково-технічної революції. Система, яка працювала на «показники від досягнутого рівня», не сприймала гостру необхідність швидкого оновлення продукції. Можна сказати, що в економічному плані корабель соціалізму було потоплено хвилями науково-технічної революції.

Зміна економічних умов існування підприємств призвела до серйозного зниження якості планової роботи. В умовах інформаційного вакууму та величезної кількості неупорядкованої і суперечливої інформації, відсутності "вказівок з гори" ставлення до планової роботи стало чисто формальним. Плани, якщо вони склалися, швидко втрачали свою значущість, оскільки дуже розходилися з дійсністю, яка швидко змінювалася. Втрачався "інтерес" до планування (особливо поточного) і у науковців. За останні роки практично зникли публікації з проблем планування виробництва, а невелика кількість

наявних робіт практично використовують інструментарій з арсеналу планово-адміністративної економіки або характеризуються чисто схематичним підходом без конкретних механізмів реалізації.

Незважаючи на те, що ситуація кардинально змінилася, в концептуальному плані у плануванні виробництва все залишилось як і раніше. Про це наочно свідчить єдиний офіційний документ, що регламентує планову роботу в даному напрямі – «Типове положення з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості», затверджене постановою Кабінету Міністрів України від 26 квітня 1996 р. № 473.

Тут ми бачимо той же самий «розрахунок зниження собівартості продукції за факторами, який характеризується громіздкістю і має великі недоліки. Зв'язок із заходами щодо підвищення ефективності виробництва знову ж таки відбувається тільки через розрахунок «за факторами», причому всі фактори, що залежать і не залежать від роботи підприємства, підсумовуються. Планова і нормативна собівартість продукції у «Типовому положенні» між собою не пов'язані і виконують немовби різні завдання. Але найголовніше – тут зовсім ігнорується той факт, що змінилися економічні умови функціонування підприємств і, природно, в «Типовому положенні» немає й натяку на використання прийомів і методів ринкової економіки.

Яким вимогам має відповідати технологія планування витрат, що концептуально відрізняється від попередньої і враховує ринкові відносини у сфері виробництва й реалізації.

По-перше, очевидно, що для нинішнього перехідного періоду ключовою проблемою планування є адаптація. Методи та механізми розробки планів мають, з одного боку, враховувати багаторічний досвід планової роботи, а з іншого – бути націленими на дедалі більшу відповідність вимогам ринку.

По-друге, слід виходити в принципі адекватності планування умовам ринкового середовища, які змінюються. Це означає, що методи планування повинні постійно переглядатися, а при необхідності треба застосовувати принципово нові методи і процедури планування.

По-третє, необхідно враховувати, що дієвість планування залежить від відповідності плану реальним умовам. Отже, планування в масштабі підприємства має являти собою безперервний процес пристосування до умов, які змінюються, а сама процедура планування бути дуже гнучкою і забезпечувати швидку реакцію на зміну ринкової кон'юнктури.

По-четверте, процедури планування мають забезпечувати безпосередній зв'язок показників плану з впровадженням нової техніки, технології, поліпшенням організації виробництва і праці.

І, по-п'яте, сама технологія складання плану повинна забезпечувати використання ринкових інструментів, щоб з їх допомогою своєчасно аналізувати і вносити корективи у розроблені плани.

Насамперед слід вирішити питання про базу відліку. Традиційно, у відповідності з вимогами адміністративно-планової економіки, такою базою були показники звітного (базового) року. Саме вони були тією базою, зміни якої директивно закладалися в плани щодо зниження собівартості продукції, підвищення продуктивності праці або зростання обсягу продукції. Це закладалося в основу системи економічного стимулювання діяльності

підприємств.

В умовах ринкової економіки ніхто планові показники (тим більше у порівнянні з минулим роком) підприємствам не встановлює. Тому, скажімо, «розрахунок зниження собівартості продукції за факторами», головною метою якого було визначення у плані процента зниження затрат, втратив своє значення. Такою базою в сучасних умовах має бути «нормативна собівартість продукції з планової номенклатури, асортименту та нормативів за станом на початок планового періоду», з використанням калькулювання витрат»методом величини покриття».

У чому переваги планування «від нормативної бази на початок планового періоду»? В нормативах на початок планового періоду вже враховано “перехідну економію” і “перехідне збільшення затрат”. Йдеться про те, що ефект від заходів минулого року, зміни цін тощо може тільки частково, з урахуванням строків впровадження, виявитися у базовому році, але повною мірою реалізується в плановому році. Причому ці “ефекти” не потрібно спеціально розраховувати, вони вже враховані в нормах щодо побудови. Крім того, оскільки розрахунок проводиться за цінами, номенклатурою та асортиментом планованого періоду, то знову ж таки щодо побудови на цій “базі” враховано вплив зрушень у номенклатурі та асортименті, зміну питомої ваги кооперованих поставок та цін.

Таким чином, ця “вихідна база” є чистою від впливу заходів минулого року, вона характеризує рівень витрат і прибутку, вже досягнутий на початок планованого періоду. І тепер завдання зводиться до того, щоб утримати цей рівень і поліпшити його за рахунок заходів щодо підвищення ефективності виробництва в даному періоді.

В загальному вигляді технологію планування витрат виробництва “від нормативної бази на початок планованого періоду” можна подати так.

Перший етап. Розрахунок нормативної собівартості продукції за нормативами на початок року. На цьому етапі розраховуються нормативні калькуляції собівартості продукції по виробках, на обсяг конкретних виробів і нормативна собівартість продукції в цілому по підприємству тільки щодо змінних витрат (включаючи і розрахунок маржинального прибутку), тобто калькуляції складаються «методом величини покриття». Постійні витрати за станом на початок планованого року розраховуються тільки в цілому по підприємству. В цілому по підприємству, крім маржинального прибутку, розраховується також повна собівартість і прибуток.

Другий етап. Розрахунок витрат та інших вартісних показників на планований рік відповідно до цілей та завдань на цей період. Оскільки вартісні показники на початок планованого року вже встановлено і аналіз їх дає певну вихідну інформацію, слід, у відповідності з цілями підприємства на цей рік (реалізація цілей стратегічного плану), виробити укрупнений прогностичний розрахунок річного плану. Розрахунок треба проводити без складання калькуляцій по окремих виробках, а у вигляді собівартості товарної продукції за статтями калькуляції в цілому по підприємству. Розрахунок можна здійснювати індексним методом або методом екстраполяції чи інтерполяції. У зазначеному «Типовому положенні» пропонується здійснювати розрахунок калькуляцій собівартості окремих виробів на рік і в щоквартальному розрізі. Ми вважаємо,

що в умовах ринкової кон'юнктури, яка швидко змінюється і є невизначеною, цього робити не слід, оскільки дані розрахунки швидко втратять свою вірогідність і практично не будуть корисними.

Третій етап. Планування витрат виробництва та вартісних показників на I квартал. Спочатку за номенклатурою, асортиментом, цінами та нормативами проводиться розрахунок "нормативної собівартості продукції на початок планованого кварталу" у вигляді складання калькуляцій по окремих виробках, на програму конкретних виробів і в цілому по підприємству методом калькулювання "за величиною покриття", тобто — тільки за змінними витратами. Постійні витрати за станом на початок планованого кварталу розраховуються в цілому по підприємству. Потім у відповідності із заходами щодо зниження витрат, як змінних, так і постійних, розраховується аналогічним чином планова собівартість продукції на I квартал. У таблиці 1 наведено дані наскрізного умовного прикладу, де набір статей скорочено для спрощення розрахунку.

Четвертий етап. Аналіз виконання плану за I квартал. Особливість цього аналізу полягає в тому, що порівнюється не план з фактичним виконанням, а "нормативна собівартість" I кварталу, перерахована на фактичний випуск продукції в цьому кварталі з фактичною собівартістю продукції цього кварталу і фактичними витратами на одиницю продукції за змінними статтями калькуляції. Аналіз постійних витрат проводиться шляхом порівняння плану і фактичного стану в цілому по підприємству (див. табл. 2).

Аналіз змінних витрат зводиться до визначення відхилень по маржинальному прибутку (на цю саму величину відхиляється і прибуток). Спочатку слід визначити відхилення маржинального прибутку за обсягом продажів (ΔQ_m):

$$\Delta Q_m = (Q_f - Q_{пл})P_m^н, \quad (1)$$

де: Q_f - фактичний випуск продукції (тис грн.);

$Q_{пл}$ - випуск продукції за планом (тис грн.);

$P_m^н$ - маржинальний прибуток на одиницю, нормативний (план). У подальшому аналізі фігурує лише фактичний випуск продукції.

Відхилення маржинального прибутку за ціною продукції ($\Delta P_m^н$):

$$\Delta P_m^н = (C_{ф} - C_n)Q_f, \quad (2)$$

де: $C_{ф}, C_n$ - фактична та нормативна (планова) ціна одиниці продукції.

Відхилення маржинального прибутку за змінними витратами (ΔB):

$$\Delta B = (B_{ф} - B_n)Q_f, \quad (3)$$

де: $B_{ф}, B_n$ - змінні витрати фактичні та нормативні (планові).

За формулою 3 аналіз можна провадити за будь-якою статтею змінних витрат. Відхилення фактичної величини маржинального прибутку за статтями змінних витрат наведено в таблиці 2.

Нормативна собівартість на фактичний випуск і фактична собівартість за I квартал

№ п/п	Статті витрат	Найменування виробів та обсяг їх випуску												Разом		
		Виріб "А", 60 шт.				Виріб "В", 25 шт.				Виріб "С", 70 шт.						
		Норматив на одиницю (план)	Норм. собівартість на факт. випуск	Фактична собівартість	Факт. середньо- кварт. норматив	Норматив на одиницю (план)	Норм. собівартість на факт. випуск	Фактична собівартість	Факт. середньо- кварт. норматив	Норматив на одиницю (план)	Норм. собівартість на факт. випуск	Фактична собівартість	Факт. середньо- кварт. норматив	Норм. собівартість на факт. випуск	Фактична собівартість	Відх. факт. витрат від норматив. (+,-)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1.	Сировина та основні матеріали	2,0	120	117	1,95	4,2	105	102,5	4,1	10,3	724	714	10,2	946	933,5	-12,5
2.	Купівельні напівфабрикати	5,0	300	300	5,0	2,0	50	50	2,0	1,0	70	70	1,0	420	420	0
3.	Заробітна плата основних робітників	9,875	592,5	600	10,0	14,81	370,25	375	15,0	19,75	1382,5	1347,5	19,25	2345,25	2322,5	-22,75
4.	Інші змінні витрати	5,0	300	297	4,95	8,7	217,5	212,5	8,5	11,6	812	805	11,5	1329,5	1314,5	-15
5.	Разом змінні витрати	21,875	1312,5	1314	21,9	29,71	742,75	740	29,6	42,65	2985,5	2936,5	41,95	5040,75	4990,5	-50,25
6.	Ціна та обсяг продукції	28,1	1686	1620	27,0	52,0	1300	1250	50,0	70,0	4900	4900	70,0	7886	7770	-116
7.	Маржинальний прибуток	6,225	373,5	306	5,1	22,29	557,25	510	20,4	27,35	1914,5	1963,5	28,05	2845,25	2779,5	-65,75
8.	Постійні витрати	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1425	1300	-125
9.	Собівартість продукції	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6465,7	6290,3	-175,2
10.	Прибуток (збиток)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1420,3	1479,5	+59,25

Аналіз фактичної величини маржинального прибутку за I квартал

(тис. грн)

№ п/п	Найменування виробів	Маржинальний прибуток нормативний на плановий обсяг	Вплив зміни обсягу	Маржинальний прибуток нормативний на фактичний обсяг	Оцінка впливу			Маржинальний прибуток фактичний
					зміна цін	зміна змінних витрат	всього вплив факторів	
1	2	3	4	4	5	6	7	8
1.	Виріб "А"	311,25	62,25	373,5	-66	1,5	-5,25	306
2.	Виріб "В"	557,25	0	557,25	-50	-2,75	-47,25	510
3.	Виріб "С"	2051,25	-136,75	1914,5	0	-49	-87,75	1963,5
	Разом	2919,75	-74,5	2845,25	-116	50,25	-140,25	2779,5

Для прийняття рішень щодо плану на наступний квартал становить інтерес аналіз конкретної номенклатури виробів. Аналіз здійснюється з використанням наведених формул за такою зведеною формулою:

$$M_{\phi} = M_n^{nn} + \Delta Q_m + \Delta B_m^y - \Delta B, \quad (4)$$

де: M_{ϕ}, M_n^{nn} - маржинальний прибуток фактичний та маржинальний прибуток нормативний за планом.

Результати розрахунків подано в таблиці 3. Як видно з таблиці, через значне зниження обсягу по виробу «С» втрати маржинального прибутку становили 136,75 тис грн., а в цілому з урахуванням зростання продажів по виробу «А» втрати маржинального прибутку через зниження обсягу становили 74,5 тис грн. Втрати за рахунок зниження цін дорівнювали 116 тис грн. і тільки зниження змінних витрат збільшило маржинальний прибуток (і прибуток) на 50,25 тис грн.

В умовному прикладі (див. табл. 2) ми розглянули ситуацію, коли на початку кварталу виникли труднощі з реалізацією продукції «А». Було прийнято рішення поліпшити якість виробу (що призвело до зростання витрат за статтею «зарплата робітників») і водночас знизити ціну з 28,1 до 27,0 грн. У підсумку це дало зростання обсягів продажів на 10 тис. шт., хоч це не перекрило зниження маржинального прибутку за рахунок зниження ціни і зростання витрат, але втрати були б ще значнішими, якби за попередньою ціною обсяг продажів упав до 40 тис. шт. Також зниження ціни по виробу «В» дало змогу забезпечити обсяг продажів на рівні плану. Можливо, враховуючи великі втрати по виробу «С» через зниження обсягів продажів, керівники підприємства приймуть рішення знизити ціну цього виробу при розробці плану на II квартал.

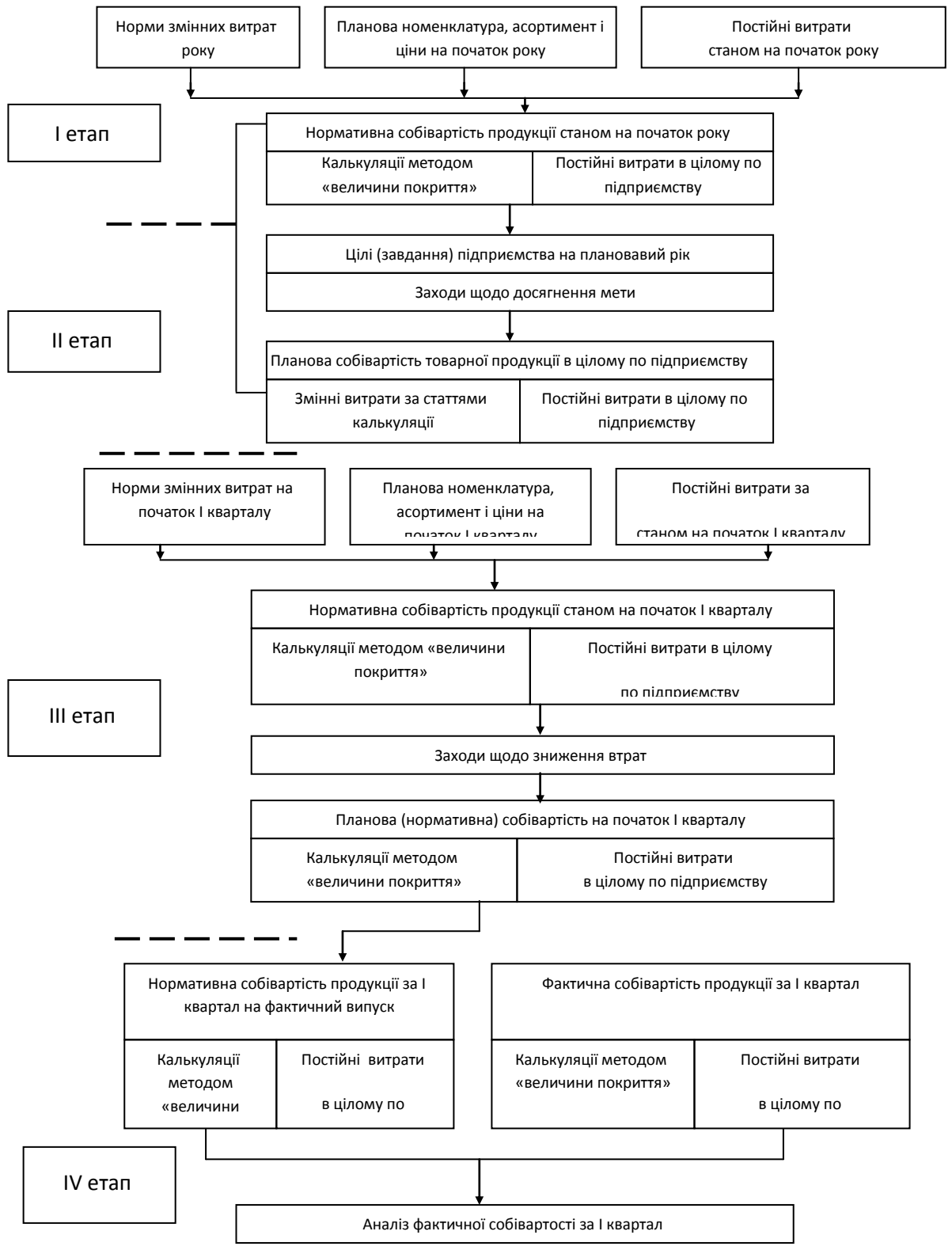
П'ятий етап. Планування витрат виробництва та вартісних показників на II квартал. Технологія розрахунку повністю збігається з розрахунком аналогічних показників за I квартал. Тільки тут при складанні плану слід як найповніше врахувати результати аналізу фактичного виконання плану за I квартал, а також врахувати кон'юнктуру, що складається до початку цього періоду. При складанні планів на наступні квартали використовується технологія третього та четвертого етапів.

У цілому технологія планування витрат виробництва “від нормативної бази на початок планованого періоду” подана на рисунку (рис. 2.1). Як видно зі схеми, відмінною особливістю всіх етапів (крім другого) є те, що калькуляції складаються “методом величини покриття”, постійні витрати плануються тільки в цілому по підприємству, а використання на всіх етапах як вихідної бази «нормативної собівартості продукції на початок планованого періоду» дає змогу безпосередньо врахувати в планах кварталів заходи щодо впровадження нових техніки, технології тощо.

Можливо, у багатьох читачів, особливо з числа практичних працівників, «ігнорування» нами методу загальної калькуляції – методу повного розподілу затрат на одиницю продукції (як змінних, так і постійних) викличе заперечення. Дійсно, цей метод калькулювання широко застосовується десятки років, і ще й досі в інструктивних матеріалах (положеннях) даються рекомендації щодо його

використання.

Загальна схема технології планування витрат виробництва і вартісних показників



Наступні V–X етапи повторюють технологію III–IV етапів

Даний метод калькулювання широко використовувався у планово-адміністративній економіці як база обґрунтування цін на продукцію. Встановлювані директивним шляхом ціни не відбивали ні реальних витрат, ні реального стану попиту та пропозиції. У розвинутому ринковому господарстві вартість товарів та послуг визначається не індивідуальними витратами товаровиробників, не їх індивідуальними якісними характеристиками. У процесі внутрігалузевої та міжгалузевої конкуренції ринок, з одного боку, постійно виявляє середньозважені витрати всієї сукупності виробленої продукції даного виду, а з другого – визначає кінцевий попит на різні альтернативні товари подібного призначення.

Отже, саме ринок визначає ринкову (або суспільну) вартість того чи іншого товару. Використовуючи цю інформацію, кожне підприємство має постійно адаптувати власне виробництво для умов ринку, які змінюються, і своєчасно вживати заходів щодо зниження своїх індивідуальних витрат, підвищення якості продукції, зміни її асортименту і т.п. Саме цим забезпечується безперервний технічний прогрес усього суспільного виробництва. А існуючий у нас затратний механізм ціноутворення був одним з факторів стримування технічного прогресу, оновлення продукції.

Однак до аргументації необхідності відмови від «повного розподілу витрат» та переходу на калькулювання методом «величини покриття» можна підійти і з іншого боку. На початку статті ми говорили про вимоги до технології планування витрат виробництва, яка враховує ринкові відносини. Вона має бути дуже гнучкою і забезпечувати швидку реакцію на зміну ринкової кон'юнктури, а також щодо використання інструментарію, адекватного умовам ринку.

“Метод повного розподілу витрат” був орієнтований на систему, коли підприємства отримували “з гори” стабільні завдання з номенклатури та асортименту з вказівками – куди цю продукцію поставляти. Невиконання плану поставок каралося зниженням фондів економічного стимулювання. Але даний метод зовсім не придатний в ситуації, коли, враховуючи ринкову кон'юнктуру, підприємство змушене змінювати ціни, номенклатуру та асортимент продукції.

Справді, припустимо, що вже після складання плану виникла необхідність збільшити виробництво одного виробу і зменшити іншого й при цьому змінити ціни, внести корективи у витрати виробництва тощо. При калькулюванні «методом повного розподілу затрат» виникає потреба у перерахунку калькуляції за всією номенклатурою. Це пояснюється специфікою розрахунку загальної калькуляції, де так звані умовно-постійні витрати розподіляються між виробами там чи іншим непрямим методом, Але незалежно від застосовуваного методу є чітка залежність «поведінки» змінних та умовно-постійних витрат від зміни обсягу виробництва (див. табл. 4).

Тут необхідно акцентувати увагу на тому, що умовно-постійні витрати залишаються постійними тільки в цілому по підприємству, а на калькуляційну одиницю та на кількість даних виробів, відповідно, збільшуються або зменшуються. Тому будь-яка зміна кількості виробів хоча б по одній позиції вимагає, якщо дотримувати прийнятого порядку розподілу умовно-постійних витрат, повного перерахування калькуляцій виробів за всією номенклатурою.

Зовсім інша ситуація при використанні калькулювання витрат “методом величини покриття” (табл. 2.6.). Змінні витрати при зміні обсягу виробництва на одиницю продукції залишаються постійними, а на програму цих виробів і в цілому по підприємству відповідно збільшуються або зменшуються. Так само не залежить від кількості випущеної конкретної продукції і розмір маржинального прибутку на одиницю продукції. Ця обставина дозволить нам розрахувати зміни розміру маржинального прибутку від зміни кількості випущеної продукції, причому зростання (зменшення) маржинального прибутку означає відповідне зростання (зменшення) прибутку. Таким чином, не маючи конкретних значень прибутку по окремих виробках, ми без перерахунку калькуляцій легко отримаємо, інформацію про те, як зміна кількості реалізації тих чи інших виробів вплине на загальний розмір маржинального прибутку і прибутку.

Розрахунок проводиться за формулою:

$$\Delta M = \Delta \Pi = \sum_{i=1}^n M_i \times (\pm \Delta N_i), \quad (5)$$

де ΔM і $\Delta \Pi$ - відповідно, зростання (зменшення) маржинального прибутку і прибутку від зміни кількості виробів;

M_i - маржинальний прибуток на одиницю i -го виробу;

ΔN_i - зростання (зменшення) кількості i -го виробу;

$i = 1 \dots n$, - найменування виробів.

Причому на основі цієї базової формули легко виводиться ряд формул, що дають змогу досить швидко отримувати відповіді на найрізноманітніші варіанти, які виникають через необхідність обліку ринкової кон'юнктури, яка змінюється.

Очевидно, у практичних працівників може виникнути питання: а на що ж орієнтуватися підприємству при встановленні ціни, якщо не провадити розрахунок повної собівартості виробу? Перехід на складання калькуляції «методом величини покриття» зовсім не означає повної відмови від складання калькуляції з повним розподілом затрат. Остання необхідна для порівняння затрат на виготовлення продукції з витратами у конкурентів, для оцінки запасів, для порівняння з ринковою ціною, але аж ніяк не для встановлення ціни (за винятком регульованих цін) і рішень щодо асортименту. Причому, розрахувавши повну собівартість, слід використати цю інформацію лише в статистиці і пам'ятати про умовність розподілу непрямих затрат. На нашу думку, орієнтуватися при встановленні цін треба не на повні індивідуальні витрати по конкретних виробках, а на ринкову кон'юнктуру і становище, яке складається в цілому по підприємству. І головний орієнтир – величина маржинального

прибутку в цілому по підприємству (величина покриття). Величина покриття немовби «покриває» собою умовно-постійні витрати і прибуток. А якщо умовно-постійні витрати перевищать величину покриття (маржинальний прибуток), то рівно на таку суму підприємство матиме збиток.

У нашому прикладі (див. табл. 1), якщо зменшити ціну виробу «А» до 27,0 грн. то водночас збільшити його випуск на 10 тис. шт., то при розрахунку «методом загальної калькуляції» необхідно було б зробити повний перерахунок усіх калькуляцій. В результаті цього перерахунку по виробу «А» збиток на весь обсяг скоротиться на 5,77 тис. грн. і зросте прибуток по решті виробів, а в цілому прибуток збільшиться на 51,25 тис.грн.

Якщо ж зменшити кількість «збиткових виробів «А» на 20 тис.шт., то це призведе до того, що збиток по виробу «А» скоротиться усього на 1 тис.грн., а по решті виробів прибуток зменшиться на 101 тис.грн.

Як видно з розглянутих ситуацій, зміна асортименту при розрахунку «методом загальної калькуляції» приводить до перерозподілу постійних витрат, що вже само по собі говорить про умовність цього розподілу і непридатність даної інформації для прийняття управлінських рішень. Тим часом, використовуючи формулу (5), ми без будь-яких перерахунків миттєво визначаємо, що в першому випадку прибуток збільшиться на $5,125 \cdot 10 = 51,25$ тис.грн., а в другому – зменшиться на $5,125 \cdot (-20) = -102,5$ тис.грн. І є очевидним висновок, що зменшувати продаж «збиткових» виробів «А» недоцільно.

Переваги калькуляції “методом величини покриття” полягають ще і в тому, що він дозволяє не тільки розраховувати, але й прогнозувати і впливати на зміни в потрібну сторону таких “ключових індикаторів виробництва”, як коефіцієнт покриття, безприбутковий оборот і запас надійності.

Коефіцієнт покриття розраховується за формулою:

$$K_n = \frac{M \times 100}{BP}, \quad (6)$$

де M — маржинальний прибуток по підприємству;

BP — виручка від реалізації в цілому по підприємству.

Безприбутковий оборот визначається таким чином:

$$B_{об} = \frac{B_{ном} \times 100}{K_n}, \quad (7)$$

де $B_{ном}$ — постійні витрати в цілому по підприємству.

Запас надійності:

$$z_n = \frac{BP - B_{об}}{BP}, \quad (8)$$

Перетворюючи ці формули, можна подати їх в такому вигляді:

$$B_{об} = \frac{B_{ном} \times BP}{M}, \text{ а } z_n = \frac{M - B_{ном}}{M} \text{ або } z_n = \left(1 - \frac{B_{ном}}{M}\right), \quad (9, 10 \text{ і } 11)$$

За своїм економічним змістом Z_n тут являє собою “питому вагу прибутку в маржинальному прибутку”, а вираз $B_{\text{пост}} / M$ - “питома вага постійних витрат у маржинальному прибутку”.

Основна складова цих формул — маржинальний прибуток. Простежуючи вплив на нього зміни змінних витрат, цін та обсягу виробництва, ми можемо контролювати ці “ключові індикатори виробництва”, отже і управляти фінансовим станом підприємства.