

структурою підприємства, так і характерними особливостями самого товару. Канали розподілу є унікальним надбанням кожного окремого підприємства. В основі їх формування лежить детальна розробка та аналіз усіх інших елементів маркетингових інтелектуальних активів та їх зв'язок іншими видами активів підприємства.

*Л.А. ЧОРНОГОР*, маг., НТУ «ХП», Харків

## **ОСНОВНІ ПРИЧИНИ ЗМІНИ ЛІКВІДНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Суть коефіцієнта загальної ліквідності – оцінити потенційну здатність підприємства розплачуватися за поточними зобов'язаннями за рахунок наявних оборотних активів. Величина коефіцієнта визначається як відношення оборотних активів до короткострокових зобов'язань.

Зниження коефіцієнта ліквідності свідчить про те, що можливості підприємства щодо погашення зобов'язань починають знижуватися. Логічно занепокоїтися цим питанням, знайти причини погіршення ситуації і варіанти її виправлення.

Знання дробів дозволяють сказати: причина зниження коефіцієнта – випереджаюче зростання знаменника в порівнянні із зростанням чисельника. Дуже часто цим математичним ключем намагаються відкрити економічний сенс, наприклад: "Зниження показника загальної ліквідності викликане занадто великою кредиторською заборгованістю. Для підвищення коефіцієнта загальної ліквідності необхідно скорочувати кредиторську заборгованість і нарощувати величину оборотних активів".

Для поліпшення платоспроможності компанії рекомендується відмовитися від авансів покупців, платити кредиторам як можна швидше і навіть намагатися платити зарплату і податки частіше, ніж це потрібно (все це відноситься до рекомендації скоротити зобов'язання). Порада нарощувати оборотні активи означає закуповувати запаси на багато років вперед, затоварюватися склад

готової продукції, дозволяти покупцям взагалі не платити по рахунках, намагатися виплачувати як можна великі аванси постачальникам.

Причини зміни ліквідності лежать дещо глибше. Чому кредиторська заборгованість підприємства стала рости або чому ми були змушені залучити кредит? У більшості випадків рішення потягнути з оплатою того чи іншого рахунку приймається усвідомлено з простої причини – власних коштів не вистачає на ведення поточної діяльності компанії.

Одна з причин скорочення коефіцієнта загальної ліквідності полягає в тому, що компанія може перестаратися з капітальними вкладеннями – будівництвом цехів, придбанням обладнання, придбанням інших компаній - тобто здійснити придбання, які їй зараз не по кишені. Капітальні витрати, що перевищують прибуток компанії, зажадають залучення додаткових позикових коштів. Випереджаюче зростання позикових коштів призведе до зниження показників ліквідності.

З фінансуванням витрат на придбання основних фондів пов'язана ще одна причина зниження коефіцієнтів ліквідності. Правила фінансового менеджменту прості і логічні: довгострокові кредити повинні залучатися на фінансування капітальних витрат, короткострокові – на фінансування оборотного капіталу. Можна сказати і по-іншому: для збереження прийнятної ліквідності величина капітальних витрат не повинна перевищувати суму заробленої за період прибутку і залученого за період довгострокового кредитування. Реалії життя такі, що будувати, переозброювати, модернізувати потрібно практично всім, а отримати довгострокове кредитування вдається далеко не кожному підприємству. Доводиться шукати вихід – залучати короткострокові кредити на фінансування капітальних витрат.

Таким чином, в більшості випадків причиною зниження коефіцієнта ліквідності є те, що підприємство недостатньо заробило – отримало недостатньо прибутку або, ще гірше, збиток – або витратило на поточну діяльність більше, ніж змогло заробити.

**Список літератури:** 1. *Терещенко С.І.* Моделі оцінки платоспроможності підприємств// *Фінанси України*, - 2001. - №7. – С.69-74. 2. *Жук О.С* Статистична звітність / О. Жук, А.В. Озеран // *Бухгалтерський облік і аудит*. – 2005. – №8-9. – С.74-87. 3. *Высочина М. В.* Разработка системы показателей оценки эффективности управления деятельностью предприятия М. В. Высочина *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Економічна серія*. – 2007. – № 786. – С. 45–49. 4. *Хмель С. Н.* О недостатках современной методики расчета экономических показателей работы предприятий С. Н. Хмель, В. И. Хмель *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Економічна серія*. 2006. – № 743. – С. 32–36.

***Е.П. ЧЕКАЛІНА***, к.е.н., ***Н.Г. СІКЕТІНА***, ***Т.Б. СЕРГІЄНКО***, ***В.І. ФЕДЯЙ***

## **ВИКОРИСТАННЯ ТОЧКИ БЕЗЗБИТКОВОСТІ ПРИ ПЛАНУВАННІ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Велику роль в обґрунтуванні управлінських рішень у промисловості відіграє маржинальний аналіз та розрахунок рівня беззбитковості, методика якого базується на вивченні співвідношення між трьома групами найважливіших економічних показників: витратами, об'ємом виробництва (реалізації) продукції та прибутком. Саме аналіз рівня беззбитковості дає змогу керівникам підприємства аналізувати необхідний рівень виробництва для досягнення необхідної прибутковості та рентабельності. Аналіз беззбитковості широко застосовується в країнах з розвинутими ринковими відносинами. Він дає змогу вивчити залежність прибутку від невеликого кола найбільш важливих чинників та на основі цього керувати процесом формування його розміру. Вивченням проблеми аналізу рівня беззбитковості агропромислових підприємств присвячені роботи багатьох науковців.

Одним з важливих завдань управлінського обліку є збір та узагальнення інформації, корисної для прийняття управлінських рішень щодо організації виробництва і збуту продукції підприємства, а також щодо ресурсів для фінансування його розвитку. Слід відзначити, що наразі прийняття керівництвом рішення щодо виробництва і збуту продукції більшою мірою носять інтуїтивний характер і не підкріплюються відповідними розрахунками на базі інформації управлінського обліку. У найкращому разі відсутність таких