

## Ділова активність підприємства та шляхи її зміцнення

**Дончак Л.Г.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій  
Вінницького навчально-наукового інституту економіки  
Тернопільського національного економічного університету

**Ціхановська О.М.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій  
Вінницького навчально-наукового інституту економіки  
Тернопільського національного економічного університету

У статті досліджено сутність ділової активності підприємства, висвітлено сукупність показників, за допомогою яких можна визначити її рівень. Ділова активність суб'єкта господарювання допомагає уникнути кризових явищ у виробничо-фінансовій діяльності для забезпечення стійкого економічного зростання, а також зменшує ризик неуспіху в умовах економічної нестабільності ринкового середовища та конкуренції. Запропоновано кількісні та якісні параметри оцінки ділової активності підприємства. Доведено, що оцінка ділової активності може бути здійснена шляхом визначення оптимального співвідношення між темпом зростання прибутку, доходу та активів. Підвищення темпів зростання основних показників в умовах ринку є одним з важливих завдань кожного підприємства, вирішення якого буде сприяти результативній діяльності суб'єкта господарювання. Запропоновано основні шляхи зміцнення ділової активності підприємства.

**Ключові слова:** ділова активність підприємства, показники, «золоте правило економіки», оцінка ділової активності, фінансовий стан, оборотність.

Дончак Л.Г., Ціхановская Е.М. ДЕЛОВАЯ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ УКРЕПЛЕНИЯ

В статье исследована сущность деловой активности предприятия, освещена совокупность показателей, с помощью которых можно определить ее уровень. Деловая активность предприятия помогает избежать кризисных явлений в производственно-финансовой деятельности для обеспечения устойчивого экономического роста, а также уменьшает риск неуспеха в условиях экономической нестабильности рыночной среды и конкуренции. Предложены количественные и качественные параметры оценки деловой активности предприятия. Доказано, что оценка деловой активности может быть осуществлена путем определения оптимального соотношения между темпом роста прибыли, дохода и активов. Повышение темпов роста основных показателей в условиях рынка является одной из важных задач каждого предприятия, решение которой будет способствовать результативной деятельности предприятия. Предложены основные пути укрепления деловой активности предприятия.

**Ключевые слова:** деловая активность предприятия, показатели, «золотое правило экономики», оценка деловой активности, финансовое состояние, оборачиваемость.

Donchak L.G., Tsihanovska O.M. BUSINESS ACTIVITY OF THE ENTERPRISE AND ITS WAYS OF STRENGTHENING

In the article the essence of business activity, highlights a set of indicators by which to determine its level. Business activity of an economic subject helps avoid crisis phenomena in manufacturing-financial activities for securing steady economic growth as well as decreases the risk of failure in the conditions of economic instability of market environment and competition. It has been proposed the quantitative and qualitative parameters of assessment of business activity of enterprise. It is proved that the assessment of business activity can be carried out by determining the optimum ratio between the rate of profit growth, income and assets. Increase in the rate of growth of basic indicators in market conditions is one of the important goals of each enterprise, the solution of which will help successful activity of an economic subject. The basic ways of strengthening of the business activity of enterprises are offered.

**Keywords:** business activity of the enterprise, indicators, "the golden rule of economics", estimation of business activity, financial condition, turnover.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** На сучасному етапі розвитку економіки великого значення й надалі набуває своєчасна та максимально адекватна оцінка фінансово-господарської діяльності

господарюючих суб'єктів. У зв'язку з цим виникла потреба у дослідженні ділової активності як однієї з передумов забезпечення ефективності господарювання підприємства.

Глобалізація економічних процесів, висока конкуренція, нестабільність політичної ситуації в країні вимагають від підприємств постійного пошуку все нових і нових шляхів підвищення їх фінансово-господарської діяльності. Саме достовірна та реальна оцінка ділової активності зможе адекватно оцінити середовище, в якому функціонує підприємство, і власні можливості, виявити напрями можливих змін, пристосувати свій бізнес до цих умов, максимально використавши вкладені у діяльність підприємства ресурси і наявні у них потенційні можливості.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Проблемам дослідження ділової активності підприємства в умовах ринкових трансформацій присвячена значна кількість наукових публікацій, серед яких заслуговують на увагу праці Г.Ю. Ткачук, В.О. Мец, Г.В. Савицької, Є.М. Руденко, В.В. Бочарова, Л.В. Донцової, Г.І. Кіндрацької, О.В. Павловської та інших вчених.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на досягнуті здобутки науковців, не достатньо дослідженою й надалі залишається низка основних проблем. Зокрема, відсутність єдиного обґрунтованого підходу до оцінки ділової активності підприємства, методики розрахунку окремих показників, механізму зміцнення ділової активності тощо.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є дослідження теоретичних аспектів ділової активності підприємства та пошук шляхів її зміцнення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Слід відзначити, що ділова активність є досить широким поняттям та охоплює майже всі основні сфери діяльності підприємства. Дослідження праць науковців щодо трактування поняття «ділова активність підприємства» свідчать про їхнє розмаїття й неузгодженість. Так, під діловою активністю розуміють комплексну характеристику діяльності підприємства, яка містить в собі оцінку ступеня напруженості та виконання плану за всіма видами показників діяльності; сукупність зусиль, спрямованих на зростання прибутковості підприємства та його інвестиційної привабливості; пошук можливих резервів підвищення ефективності виробництва; аналіз ефективності використання трудових, нематеріальних та фінансових ресурсів; прагнення лідерства на ринку [1, с. 76]. Такої ж думки дотримується й Г.Ю. Ткачук [2, с. 89].

Варто погодитись з думкою про те, що ділова активність – це комплексна характеристика діяльності підприємства, внутрішній рівень якої відображає ефективність використання фінансово-господарських ресурсів підприємства та інтенсивність її зміни в часі, а зовнішній – зусилля підприємства, спрямовані на забезпечення сталого економічного зростання досягнення лідерських позицій на ринку [3, с. 992].

Одночасно існують підходи, які під діловою активністю підприємства розуміють інтенсивність його діяльності в напрямках мобілізації наявних ресурсів підприємства з метою забезпечення економічного зростання та активності в зовнішньоекономічному середовищі, а відповідно до показників, які її характеризують, включають абсолютні показники виробничого потенціалу підприємства та показники ефективності його діяльності [4, с. 289].

Спираючись на проведений аналіз літературних джерел і аналізуючи думки різних авторів щодо ділової активності, вважаємо, що під цією категорією слід розуміти складну характеристику бізнес-середовища підприємства, яка зумовлює його платоспроможність, фінансову стійкість та стабільність, а також визначає стан підприємства на ринку, забезпеченість і ефективність використання усіх видів ресурсів та результати господарювання.

Виходячи з цього визначення, вважаємо, що для оцінки ділової активності необхідно перш за все надати системну та комплексну характеристику діяльності окремих суб'єктів господарювання, оцінити результативність функціонування підприємства з позиції ринкової економіки, враховуючи її потреби. Одним із важливих кроків під час оцінювання ділової активності є ринкова оцінка суб'єкта господарювання, яка є словесним описом діяльності та стану підприємства, окремими неформальними характеристиками або свого роду досьє на підприємство, що аналізується. Це дасть змогу визначити надійність постачальників та покупців, а також конкурентів підприємства.

Поглиблений аналіз ділової активності включає оцінку як зовнішніх, так і внутрішніх факторів, що впливають на підприємство і на його ринкове оточення (рис. 1). Аналіз і оцінка внутрішньої ділової активності здійснюється у кількісному і якісному вимірах. Зокрема, якісними параметрами можуть бути широта ринків збуту продукції; наявність продукції, що постачається на експорт; репутація підприємства; наявність стабільних постачальників і

споживачів; конкурентоспроможність продукції, послуг, робіт тощо.

Кількісна оцінка проводиться за двома напрямками: 1) ступінь виконання плану за основними показниками, забезпечення заданих темпів їх росту; 2) рівень ефективності використання ресурсів підприємства.

У зовнішньому економічному середовищі активність підприємства може оцінюватися за такими кількісними параметрами, як зміна питомої ваги підприємства на ринку продукції; масштаби партнерських відносин на внутрішньому та зовнішньому ринку країни; обсяг зовнішньоекономічного обігу; приріст кількості робочих місць; динаміка фондової активності.

Якісними параметрами ділової активності підприємств у зовнішньому економічному середовищі виступають імідж підприємства; соціальна активність підприємства, яка виражається у його участі в розв'язанні складних

соціальних завдань подолання безробіття, соціального захисту, формуванні соціальної інфраструктури у районах його місцезнаходження; природоохоронна активність підприємства, яка передбачає створення екологічно чистих виробництв, фінансування рекреаційних програм, боротьбу зі шкідливими викидами та забрудненням навколишнього середовища.

Варто зазначити, що рівень ділової активності потрібно оцінювати не лише за досягнутими на відповідний період економічними успіхами, якими б вражаючими вони не були. Пріоритетною є ділова активність стратегічного виміру, яка виражається за стійкістю економічного зростання. Очікувану стійкість можна досягнути, лише забезпечивши приріст джерел фінансування для реалізації програм нарощування економічної ваги господарюючого суб'єкта.

Важливою складовою оцінки рівня ділової активності є, на нашу думку, оцінка тем-



Рис. 1. Основні параметри оцінки ділової активності підприємства

пів зростання основних показників та дослідження їх взаємозв'язку й взаємозалежності. За стабільної та збалансованої діяльності суб'єкта господарювання темпи зростання чистого прибутку та виручки від реалізації продукції повинні бути вищі 100%, а темпи зростання активів – нижчі 100%, що є гарантом високого рівня ділової активності. Причому темпи зростання чистого прибутку ( $T_n$ ) повинні зростати, випереджаючи темпи зростання чистого доходу від реалізації ( $T_{чд}$ ), які повинні бути вищими або дорівнювати 100%, а також які, відповідно, зростають швидше, ніж темпи зростання вартості активів ( $T_a$ ), а саме:

$$T_n > T_{чд} > 100\% > T_a, \text{ або} \\ T_n > T_{чд} > T_a > 100\%.$$

Таке ідеальне співвідношення в світовій практиці отримало назву «золоте правило економіки підприємства» і свідчить про високий (достатній) рівень ділової активності підприємства, зростання його потенціалу, високу ефективність використання фінансово-виробничих ресурсів та про відносне зниження витрат на виробництво.

В умовах нестабільної економіки така сприятлива динаміка та співвідношення вказаних показників можуть бути порушені впливом інфляції, зростанням цін на продукцію та сировину, слабким стикуванням міжгалузевих зусиль із реалізації досягнень науково-технічного прогресу, відсутністю достатніх стимулів для концентрації коштів та ресурсів суб'єктів господарювання з метою реалізації складних завдань щодо підвищення рівня конкурентоспроможності їх продукції на світовому ринку. Таким чином, доцільно зазначити, що рівні ділової активності не є сталими і змінюються під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів.

Підвищення темпів зростання основних показників в умовах ринку є одним з важливих завдань кожного підприємства, вирішення якого буде сприяти результативній діяльності суб'єкта господарювання. Аналіз методичних підходів до оцінки ділової активності дає змогу дійти висновку, що багато авторів працюють над дослідженням цієї проблеми. Однак необхідно відзначити, що єдиної методики оцінки ділової активності поки що немає.

На нашу думку, оцінку ділової активності доцільно здійснювати за запропонованим показником – коефіцієнтом ділової активності, який розраховується за формулою:

$$K_{d.a.} = \frac{ЧД}{A + OA + KЗ + ДЗ + МЗ + ВК + ОЗ} \quad (1),$$

де ЧД – чистий дохід від реалізації продукції;

A – середньорічна сума активів підприємства;

OA – середньорічна сума оборотних активів;

KЗ – середньорічна сума кредиторської заборгованості;

ДЗ – середньорічна сума дебіторської заборгованості;

МЗ – середньорічна сума матеріальних запасів;

ВК – середньорічна сума власного капіталу;

ОЗ – середньорічна сума основних засобів.

Коефіцієнт ділової активності може приймати такі значення:  $K_{d.a.} > 1$  – високий рівень ділової активності;  $0,5 > K_{d.a.} > 1$  – середній рівень ділової активності;  $K_{d.a.} < 0,5$  – низький рівень ділової активності.

Згідно з «золотим правилом економіки підприємства», чим більшими будуть темпи зростання чистого доходу від реалізації продукції на підприємстві за темпи зростання вартості активів, тим кращою буде ділова активність.

Важливим напрямом підвищення ділової активності є збільшення прибутку, що можна досягти на засадах оптимізації товарного асортименту, тобто збільшення частки тих виробів, які приносять більший прибуток підприємству, звичайно ж, за умови, що на ці вироби є попит на ринку. Основну частину прибутку підприємства отримують від продажу своїх виробів на ринку. На основі вхідних даних проведено розрахунки оптимізації структури основних видів продукції за чотирма варіантами з використанням середньозваженої частки маржинального доходу у виручці. Можлива структура за варіантами два, три, чотири обчислена з урахуванням виробничих можливостей підприємства і попиту на вироби (табл. 1).

Виручка від реалізації розраховується за формулою:

$$BP = K_p \times Ц, \quad (2)$$

де  $K_p$  – кількість реалізованої продукції,

Ц – ціна одного виробу.

Постійні витрати розраховуються за формулою:

$$ПОВ = ПОВ_{од} \times K_p, \quad (3)$$

де  $ПОВ_{од}$  – постійні витрати на один виріб.

Частка маржинального доходу розраховується за формулою:

$$Д = \frac{(Ц - ЗВ)}{ЗВ \times C_{np}}, \quad (4)$$

де ЗВ – змінні витрати,

$C_{np}$  – структура продукції.



Використовуючи результати розрахунків (табл. 2), визначимо суму прибутку від реалізації продукції (П) по варіантах за виразом:

$$П = ВР \times \bar{Д} - ПОВ, \quad (5)$$

де ПОВ – постійні витрати;

ВР – виручка від реалізації продукції;

$\bar{Д}$  – середньозважена частка маржинального доходу.

$$П_1 = 29240 \times 0,61273 - 5477,62 = 12438,61 \text{ тис. грн.}$$

$$П_2 = 30774,9 \times 0,65 - 5477,62 = 13141,18 \text{ тис. грн.}$$

$$П_3 = 30811,5 \times 0,6073 - 5477,2 = 13234,2 \text{ тис. грн.}$$

$$П_4 = 30134,4 \times 0,6063 - 5477,62 = 12792,87 \text{ тис. грн.}$$

Отримані результати показують, що найкраще оптимізувати товарний асортимент за третім варіантом, тобто зменшити на 12,27% випуск виробу А, зменшити на 12,27% випуск виробу В, а виріб Б залишити незмінним. Це дасть можливість підприємствам отримати на 795,59 тис. грн. (13234,2-12438,61) більше прибутку.

Вибір варіанта структури основних виробів слід проводити також з урахуванням попиту на них, місткості ринку, частки ринку підприємства, виробничих можливостей підприємства та низки інших факторів. Основним шляхом оптимізації структури виробів, як показують проведені дослідження, є збільшення частки ринку підприємства та пошук нових ринків збуту. Збільшення частки ринку підприємства є складною проблемою. Її мож-

ливо вирішувати поступово протягом двох-трьох років.

Припустимо, що на одному з підприємств нині збитковим є випуск виробу Г, який користується попитом на ринку, тому важливим напрямом збільшення суми прибутку є нарощування обсягів випуску даного виробу і зниження його собівартості внаслідок зменшення постійних витрат. Тому визначаємо беззбитковий обсяг продажу і можливий ріст прибутку аналітичним і графічним методами за методикою, яка широко використовується в іноземних країнах. В її основу покладено маржинальний дохід і поділ витрат на змінні і постійні.

Наприклад, підприємство реалізувало 30 тис. шт. виробу Г. Середня ціна виробу становить 210 грн., собівартість виробу складає майже 237 грн., зокрема змінні витрати – 130 грн., а загальна сума постійних витрат дорівнює 3 200 тис. грн.

Використовуючи вхідні дані підприємства, можна обчислити виручку від реалізації (ВР), загальну суму змінних витрат (ЗВ), прибуток (П), маржинальний дохід (Дм), точку беззбитковості (Т).

$$ВР = Ц \times K = 210 \times 30000 = 6300 \text{ тис. грн.}$$

$$ЗВ = ЗВод \times K = 130 \times 30000 = 3900 \text{ тис. грн.}$$

$$П = ВР - С = 6300 - (3900 + 3200) = -800 \text{ тис. грн.}$$

$$Дм = ВР - ЗВ = 6300 - 3900 = 2400 \text{ тис. грн.}$$

$$Т = ВР \times ПОВ / Дм = 6300 \times 3200 / 2400 = 8400 \text{ тис. грн.}$$

Таблиця 1

Вхідні дані для розрахунку оптимізації структури товарної продукції

Види виробу	Кількість, тис. шт.	Ціна одного виробу, грн.	Змінні витрати на один виріб, грн.	Постійні витрати на один виріб, грн.	Структура продукції по варіантах, %			
					1	2	3	4
А	120	57,00	20,19	10,14	32,79	20,52	20,52	25,52
Б	116	90,00	36,48	18,52	31,69	36,69	31,69	36,69
В	130	92,00	37,32	16,25	35,52	42,79	47,79	37,79
Всього	366	–	–	–	100,0	100,0	100,0	100,0

Таблиця 2

Розрахунки для оптимізації структури випуску та реалізації виробів

Види виробу	Виручка від реалізації по варіантах, тис. грн.				Постійні витрати	Частка маржинального доходу у виручці по варіантах			
	1	2	3	4		1	2	3	4
А	6 840,0	4 280,7	4 280,7	523,8	1 216,8	0,2294	0,1325	0,1325	0,1648
Б	10 440,0	12 087,0	10 440,0	12 087,0	2 148,32	0,18846	0,2182	0,1883	0,2181
В	11 960,0	14 407,2	16 090,8	12 723,6	2 112,5	0,19487	0,2543	0,284	0,2234
Всього	2 9240	30 774,9	30 811,5	30 134,4	5 477,62	0,61273	0,65	0,6073	0,6063

Отже, для забезпечення беззбитковості підприємству потрібно отримати виручку від реалізації (дохід) в сумі 8 400 тис. грн. Враховуючи, що ціна продажу одного виробу становить 210 грн., визначаємо, скільки штук виробів підприємству потрібно продавати, щоб виручка від реалізації покривала всі витрати виробництва  $8400000/210 = 40000$  шт. Тобто точка беззбитковості складає 40 тис. шт. виробу Г.

**Висновки з цього дослідження.** Отже, дослідження сутності та оцінки ділової активності нині набуває все більш пріоритетного значення. Оскільки нестабільність економічної та політичної ситуації в країні вимагає своєчасної та достовірної оцінки ділової активності, що дасть змогу позитивно впливати на ефективність діяльності підприємства, виявляти негативні тенденції та уникати їх в майбутньому.

---

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Аналіз теоретичних аспектів ділової активності підприємства та існуючих підходів до її оцінювання / [Є.Ю. Антипенко, С.М. Ногіна, Ю.С. Піддубна] // Сталій розвиток економіки. – 2013. – № 3. – С. 76–80.
2. Ткачук Г.Ю. Оцінка ділової активності підприємства / Г.Ю. Ткачук // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Вип. 13. – Ч. 4. – С. 88–90.
3. Томчук О.Ф. Аналітичне забезпечення управління діловою активністю підприємства / О.Ф. Томчук // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 10. – С. 991–995. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/205.pdf>.
4. Руденко Є.М. Застосування «золотого правила економіки» для оцінки ділової активності сільськогосподарських підприємств / Є.М. Руденко // Агросвіт. – 2014. – № 16. – С. 42–49.