

Килин Оксана Василівна
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління та експертизи товарів
Львівського національного університету імені Івана Франка;*

Гринчик Софія
*здобувач вищої освіти економічного факультету
Львівського національного університету імені Івана Франка;*

Килин Юрій
*здобувач вищої освіти економічного факультету
Львівської філії Приватного вищого навчального закладу
«Європейський університет»*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-291-6-19>

СУТЬ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ділова активність – це складна характеристика бізнес-середовища підприємства, яка зумовлює платоспроможність, фінансову стійкість та стабільність господарюючого суб'єкта, а також визначає його стан на ринку, забезпеченість і ефективність використання усіх видів ресурсів та результати господарювання.

Досліджуючи ділову активність підприємства, варто звернути увагу на те, що вона є не постійною, тобто має тенденцію змінюватися протягом певного періоду. Так, на одній стадії вона може мати високі показники, а на іншій, навпаки – низькі. З огляду на таку особливість, ділову активність доцільно поділити на стадію росту та стадію спаду ділової активності. Це своєрідні нерівномірні піднесення і спади рівня ділової активності підприємства, які впливають на її діяльність і характеризуються зміною основних показників.

Стадій росту означає збільшення обсягу виробництва, збільшення прибутку. оновлення товарів широкого вжитку, введення нових технологій. зростання попиту на робочу силу, зростання заробітної плати і попиту на товари особливого споживання. збільшення інвестицій.

Стадія спаду – це скорочення обсягу виробництва, зниження попиту на робочу силу, падіння цін на продукцію, зменшення прибутку підприємства, збільшення запасів, скорочення виробничих інвестицій. скорочення кількості нових заказів, погіршення економічних показників [1].

Як бачимо, кожній стадії ділової активності підприємства характерний свій стан розвитку. Зокрема, нормальна ситуація на підприємстві відповідає стадії росту ділової активності та передбачає створення сприятливих умов для функціонування суб'єкта господарювання, за яких формується стійка тенденція підвищення темпів зростання оціночних показників. Проблемна ситуація існує на підприємстві, рівень ділової активності якого знаходиться на стадії спаду і визначається як збіг господарських умов та чинників, за яких формується тенденція до погіршення стану підприємства та спостерігається нестійка динаміка оціночних показників ділової активності.

Аналіз ділової активності включає оцінку як зовнішніх, так і внутрішніх факторів, що впливають на підприємство і на його ринкове оточення. (табл. 1) [2].

Таблиця 1

Основні параметри оцінки ділової активності підприємства

Зовнішня ділова активність		Внутрішня ділова активність	
Кількісні параметри:	Якісні параметри:	Кількісні параметри:	Якісні параметри:
- питома вага підприємства на ринку; - обсяг зовнішньо-економічного обігу; - приріст кількості робочих місць; - динаміка фондової активності.	- імідж підприємства; - соціальна активність; - природоохоронна активність підприємства.	- ступінь виконання плану за основними показниками; - рівень ефективності використання ресурсів підприємства.	- широта ринків збуту; - продукція на експорт; - репутація підприємства; - постачальники і споживачі; - конкурентоспроможність продукції.

Для аналізу ділової активності також важливою є її класифікація, яка включає десять класифікаційних ознак, які у свою чергу поділяються на види ділової активності:

1) за масштабом охоплення: у країні; у регіоні; у галузі; на підприємстві.

2) за змістом оцінюваних об'єктів: фінансова; операційна; інвестиційна; інноваційна; ринкова; організаційно-управлінська.

3) за стадіями життєвого циклу підприємства: на етапі створення; на етапі первісного здійснення діяльності; на етапі активного зростання; на етапі «зрілості»; на етапі «старіння».

4) за ступенем відношення до суб'єкта господарювання: внутрішня; зовнішня.

5) за сферою діяльності: основного виду діяльності; інших видів діяльності.

6) за часовим аспектом: ретроспективна; поточна; прогнозна.

7) за горизонтами планування: тактична; стратегічна.

8) за ступенем реальності: реальна; потенційна.

9) за спрямованістю: інтегральна; локальна.

10) за рівнем активності: достатній; задовільний; незадовільний [3].

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.

Шляхами підвищення ділової активності підприємства є:

1) зростання продуктивності праці за рахунок преміювання працівників та кращого їх мотивування;

2) оптимізація матеріаломісткості виробництва (раціоналізація затрат сировини та матеріалів, максимальне використання залишків сировини);

3) подальше раціональне використання природних ресурсів (економія водних ресурсів);

4) прискорення науково-технічного та організаційного прогресу (підвищення техніко-технологічного рівня виробництва, організаційних систем управління, форм і методів організації діяльності, її планування і мотивації);

5) вдосконалення структури виробництва підприємств, зокрема, підвищення коефіцієнта завантаження шляхом збільшення обсягу продукції;

6) підвищення якості й конкурентоспроможності продукції (послуг);

7) зменшення тривалості операційного та фінансового циклів;

8) підвищення ефективності використання майна;

9) пошук нових ринків збуту [4].

Отже, ділова активність підприємства відображає ступінь його життєздатності в умовах нестабільної економіки, відрізняється високою чутливістю до змін бізнес-середовища і, відповідно, потребує об'єктивної оцінки у розрізі видів економічної діяльності.

Література:

1. Дончак Л. Г. Ділова активність підприємства та шляхи її зміцнення. *Економіка і суспільство*. 2017. № 10. С. 250–255.
2. Ткачук Г. Ю. Оцінка ділової активності підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 13. Ч. 4. С. 88–90.
3. Куриленко Т. П. Теоретичні аспекти визначення ділової активності URL: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_18_2_ekon/stat_18_2/31.pdf.
4. Тихонова М. І. Ділова активність підприємства: складові та чинники її впливу. URL: http://archive.nbu.gov.ua/portal/Chem_Biol/AVPCh/En /2010_53/Tichon.pdf.