

власних і позикових джерел фінансування, яке забезпечить їм стабільне функціонування і можливість отримання прибутків. Проте, в період нестабільної економічної ситуації підприємствам доцільно буде залучати кошти для підтримки свого функціонування та розвитку підприємства за рахунок залучених фінансових ресурсів, зокрема кредиторської заборгованості, у силу неможливості повною мірою використати власні джерела фінансування через збитковість своєї діяльності.

Література

1. Сіліна І. В. Управління фінансовим станом підприємством в кризових умовах / І. В. Сіліна, М. В. Хацер // Економіка та держава. – 2015. – № 11. – С. 85–88.
2. Ксьодз С. М. Проблеми формування фінансових ресурсів підприємств / С. М. Ксьодз, О. В. Сапригіна // Економіка і суспільство. – 2017. – № 10. – С. 612–614.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
4. Гаврилко П. П. Вдосконалення управління фінансовими ресурсами підприємства на сучасному етапі розвитку економіки України / П. П. Гаврилко // Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. – 2016. – № 3. – С. 131–132.

УДК 336

*Гогольєва К.С., Литвиненко І.С.,
студенти*

Матковський А.В.,

кандидат економічних наук, доцент,

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка,

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах глобалізації економічних процесів та високої конкуренції особливого значення набуває своєчасна та адекватна оцінка фінансового стану господарюючих суб'єктів та пошук шляхів його покращення. У зв'язку з цим виникає потреба у дослідженні ділової активності, високий рівень якої є однією з передумов забезпечення ефективності господарювання підприємства. Саме аналіз та оцінка ділової активності дають змогу охарактеризувати середовище, в якому функціонує підприємство, виявити напрями можливих змін, пристосувати свій бізнес до цих умов, максимально використовувати вкладені у діяльність підприємства ресурси і наявні у них потенційні можливості [1].

Слід зазначити, що ділова активність є досить широким поняттям, яке охоплює майже всі основні сфери діяльності підприємства та загалом проявляється в динамічності його розвитку. У широкому розумінні слова ділова активність означає весь спектр зусиль, спрямованих на просування фірми на ринках продукції, праці, капіталу. У вузькому ж – визначає якість прийнятих управлінських рішень, повноту віддачі вкладених зусиль та ефективне використання наявних виробничих та комерційних можливостей [2].

Завдання оцінювання ділової активності постає як одне із найважливіших для прийняття управлінських рішень у сфері розвитку підприємства, формуванні стратегії функціонування на перспективу. Ділова активність може оцінюватися за допомогою якісних і кількісних критеріїв. До першої групи можна віднести: широту ринків збуту, наявність продукції, що реалізується на експорт, рівень конкурентоспроможності, стан і надійність ділових зв'язків (постачальники і покупці), ділова репутація підприємства. Якісний рівень оцінки може бути отриманий шляхом порівняння діяльності

досліджуваної компанії з однотипними за сферою застосування капіталу підприємствами.

До кількісних критеріїв відносяться абсолютні (обсяг активів, виручки від реалізації продукції, прибуток) та відносні (показують ефективність використання ресурсів підприємства) показники. Відносні коефіцієнти ділової активності включають дві групи: коефіцієнти, які показують швидкість обороту та коефіцієнти, які показують тривалість одного обороту. До відносних показників оцінки ділової активності відносять: коефіцієнт обігу активів підприємства, коефіцієнт обігу поточних активів підприємства, коефіцієнт обігу дебіторської заборгованості, коефіцієнт обігу поточних зобов'язань підприємства, коефіцієнт обігу кредиторської заборгованості, коефіцієнт обігу товарно-матеріальних запасів, тривалість операційного циклу підприємства [3].

При оцінюванні стану підприємства доречно виділити три рівні ділової активності: високий, середній та низький та відповідно притаманні їм виробничо-господарські ситуації – нормальну, проблемну та кризову. Рівні ділової активності конкретної організації відображають етапи її життєдіяльності (зародження, розвиток, підйом, спад, криза, депресія), а також ступінь адаптації до мінливих ринкових умов, якість управління тощо. Нижче наведені основні ознаки кожного рівня ділової активності та напрями їх стабілізації і підвищення (рис. 1) [4].

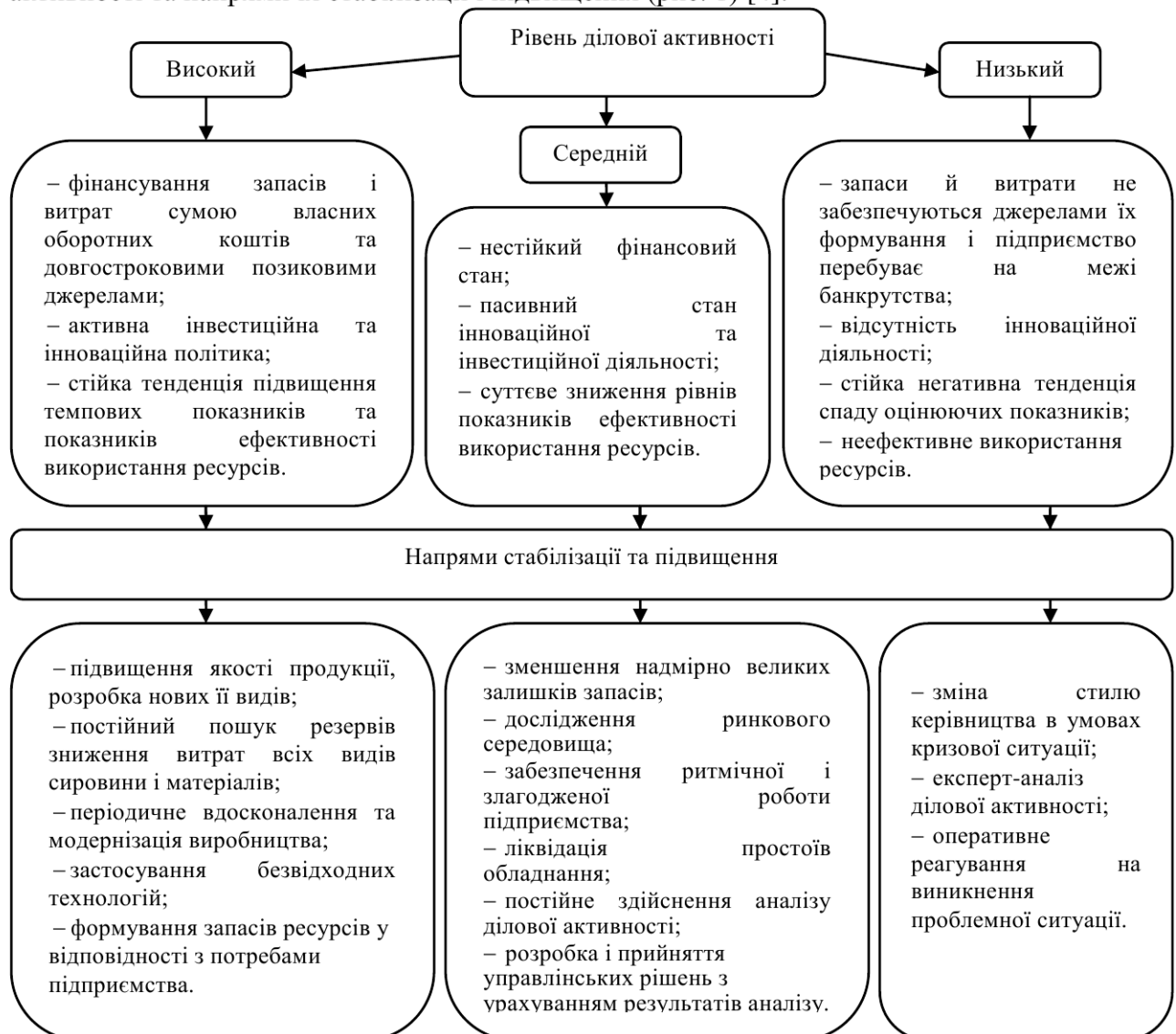


Рис. 1. Основні ознаки різних рівнів ділової активності та напрями їх стабілізації та підвищення [4]

У сучасних умовах розвитку економіки підтримання або підвищення ділової активності розглядаються як основні стратегічні цілі підприємства. Визначення проблемної, а тим більше кризової ситуації при оцінці стану ділової активності зумовлює необхідність термінового регулювання виробничо-господарської діяльності шляхом прийняття оперативних управлінських рішень [5]. Зростання ділової активності підприємства можливе лише за умов покращення одночасно як якісних, так і кількісних критеріїв, цьому можуть сприяти такі умови:

1. Орієнтація на розуміння і відповідність вимогам клієнтів, їх вподобанням і смакам.
2. Наявність відомої торгівельної марки (використання бренду).
3. Використання сучасних технологій у відповідному виді діяльності.
4. Забезпеченість кваліфікованими виробничими кадрами.
5. Високий рівень менеджменту та маркетингу.
6. Чітка ієрархія управління.
7. Зручне місце розташування, як щодо клієнтів, так і щодо партнерів.
8. Обов'язкове використання ретельного планування діяльності підприємства у перспективі [4].

Таким чином, для підвищення ділової активності підприємству необхідно прагнути насамперед до покращення ефективності використання його ресурсів, що призведе до прискорення періоду їх обороту та операційного циклу у цілому. Важливе значення у цьому питанні мають високий рівень менеджменту, що включає оперативність прийняття управлінських рішень, підвищення конкурентоспроможності продукції, пошук нових ринків збуту, періодичне оновлення та модернізація виробництва, постійний пошук шляхів зниження витрат. Застосування вищезазначених рекомендацій допоможе підприємству здобути конкурентні переваги у відповідному сегменті ринку. При цьому необхідно враховувати те, що кожне окреме підприємство вимагає індивідуального підходу до оцінювання його діяльності.

Література

1. Дончак Л. Г. Ділова активність підприємства та шляхи її зміцнення / Л. Г. Дончак, О. М. Ціхановська // Економіка і суспільство. – 2017. – №10. – С. 250 – 255.
2. Гайдаєнко О. М. Аналіз ділової активності підприємства / О. М. Гайдаєнко – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream>.
3. Бочаров В. В. Фінансовий аналіз. Короткий курс / В. В. Бочаров – 2-е вид. – СПб.: Пітер, 2014. – 240 с.
4. Вовк В. М. Комплексна оцінка ділової активності підприємства: монографія / В. М. Вовк, Х. Ронек, І. Лазарішина – Люблін: Економічний університет Марії Кюрі-Скłodовської, 2017. – 250 с.
5. Петренко Л. М. Оцінка та напрямки покращення ділової активності підприємства / Л. М. Петренко – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kntu.kr.ua/>.

УДК 336

Калюжнина Ірина Ігорівна,
Донецький національний університет ім. Василя Стуса,
студент

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПРОВІДНИХ УНІВЕРСИТЕТІВ УКРАЇНИ