



рамкових угод, ступінь зобов'язання використовувати послуги ЦЗО суттєво відрізняється в різних країнах Європейського союзу. Наприклад, установи центрального рівня в таких країнах як Іспанія, Австрія, та Португалія зобов'язані законом здійснювати закупівлі через ЦЗО, а для решти замовників така процедура не є обов'язковою. У Бельгії встановлено таку обов'язковість у разі перевищення певного вартісного обсягу закупівель, а в Німеччині, де ЦЗО функціонують на рівні Міністерства внутрішніх справ, усі закупівельні тендери федеральних міністерств вище певного порогового рівня повинні проводити виключно через ЦЗО. Різні моделі фінансування ЦЗО в Європейському Союзі можуть бути згруповані в такі три категорії: повне чи часткове фінансування з державного бюджету; поєднання коштів з державного бюджету та зборів з постачальників та/або замовників; фінансування шляхом стягнення сервісних зборів із замовників, які використовують послуги центральних закупівельних організацій або постачальників ЦЗО [2].

Отже, Україні корисно вивчати та аналізувати досвід різних країн світу щодо складних аспектів державних закупівель, а отриманий досвід сприятиме подальшій модернізації української системи державних закупівель.

#### Список використаних джерел

1. Теория и практика организации и проведения подрядных торгов в регионе / А. Н. Асаул, В. П. Грахов, В. А. Кошечев, В. Е. Чибисов. Под ред. д. э. н., проф. А. Н. Асаула. – СПб.: «Гуманистика», 2005. – 240 с.
2. Гризоголазов, Д.В. Зарубіжний досвід здійснення державних закупівель / Д.В. Гризоголазов, І.А.Давидов // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2016. - Випуск 19. Частина 1. – С. 129-133.
3. Бруун-Нільсен, С. Державні закупівлі: шість ключових уроків від ЄС / С. Бруун-Нільсен // Європейська правда. – 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/06/4/7034467/>
4. Шатковський, О. П. Електронні державні закупівлі: пошук українського шляху / О.П. Шатковський, Г. Файвеш. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eupublicprocurement.org.ua/e-procurement-finding-a-way-forukraine.html?lang=UK>
5. Лучко, М. Р. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах [Текст] : навч. посіб. / М. Р. Лучко, І. Д. Бенько. - Тернопіль : ТНЕУ, 2016. – 370 с.

**Жукевич С. М.**

к.е.н., доцент

**Бурденюк Т. Г.**

к.е.н., доцент

кафедра обліку в державному секторі економіки та сфері послуг,  
Тернопільський національний економічний університет,  
м. Тернопіль, Україна

## **АНАЛІТИЧНА СКЛАДОВА В УПРАВЛІННІ ДІЛОВОЮ АКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Ділова активність суб'єктів господарювання є важливим індикатором розвитку й ефективності ведення фінансово-господарської діяльності. Вона дає змогу діагностувати проблеми системного характеру на різних рівнях управління та своєчасно вжити заходів щодо їх усунення, що сприяє зниженню ризиків невдач, підвищенню ліквідності, фінансової



стійкості та конкурентоспроможності підприємства. Відтак, особливої актуальності набуває аналіз й оцінка ділової активності як передумови ефективності функціонування, що дозволить попередити проблемні аспекти діяльності підприємства і своєчасно внести корективи в стратегію його розвитку.

Ділова активність (ДА) як економічна категорія і процес фінансово-господарської діяльності в ринковому просторі стала об'єктом дослідження відносно недавно – 90-ті роки минулого століття. Це було зумовлено розвитком ринкової економіки і таких її атрибутів як криза, банкрутство, ризик, передбачення й попередження яких вимагає активних дій від підприємців.

Питання ділової активності як економічної категорії досліджуються науковцями. А саме: М. Білик, О. Павловською, Я. Базилінською [1], Е. Доланом, А. Шереметом, В. В. Ковальовим, Г. В. Савицькою. Одночасно спостерігається відсутність єдиного підходу до методики розрахунку показників, які, в основному, характеризують тільки окремі аспекти ефективності окремого суб'єкта господарювання.

Ділову активність розглядають як виробничу та комерційну діяльність, що спрямована на просування підприємства на ринках продукції, праці, капіталу; - це успішність вкладених зусиль, ресурсів, ефективність менеджменту [2].

Ділова активність підприємства – це комплексна характеристика, яка втілює різні аспекти діяльності підприємства, а тому визначається системою таких критеріїв, як місце підприємства на ринку конкретних товарів, географія ділових відносин, репутація підприємства як партнера, активність інноваційно-інвестиційної діяльності, конкурентоспроможність [3].

Провідне місце в системі завдань фінансового управління має аналіз ділової активності. Це зумовлено тим, що вона дає змогу оцінити внутрішній і зовнішній стан підприємства, визначити рівень прибутковості та перспективи його розвитку, дослідити ефективність використання виробничо-фінансових ресурсів.

Ознайомившись і основними підходами до розуміння ділової активності [2; 3; 6-8], можна зробити висновок, що поняття ділової активності підприємства є багатокритеріальним, а аналіз ділової активності – це комплексна оцінка ефективності використання суб'єктом господарювання всіх ресурсів та система заходів, в тому числі й аналітичних, направлених на визначення величини й причин відхилення критеріїв ділової активності від бажаних чи нормативних, з метою здійснення управлінських впливів щодо досягнення позитивних результатів діяльності підприємства, створення сприятливого інвестиційного клімату, підтримання стабільного фінансового стану та забезпечення постійного розширення й росту обсягів виробництва та реалізації продукції і послуг.

Ділова активність характеризується відповідною групою показників діяльності підприємства. Причому, слід виділити, «зовнішні» індикатори ділової активності та «внутрішні», які характеризують ефективність діяльності [4].

Зовнішніми критеріями ДА є: широта ринків збуту продукції; наявність продукції, що експортується; наявність унікальної продукції, техніко-економічні параметри якої перевищують або відповідають світовим аналогам; стійкість зв'язків з клієнтами, партнерами; репутація підприємства, яку оцінюють із допомогою експертних висновків. Загальна оцінка репутації підприємства – це сукупність оцінок діяльності підприємства; з боку конкурентів – діловий рейтинг, із боку споживачів і громадськості – споживчий рейтинг, із боку самих працівників і власників підприємства – престижний рейтинг із боку закордонних фірм-партнерів – міжнародний рейтинг.

Зовнішні критерії ДА визначаються здебільшого якісними (неформалізованими) методами аналітичного дослідження.

Що стосується методики аналізу внутрішніх індикаторів ДА, то здебільшого використовують дві групи показників: показники рентабельності і оборотності [5].



Відносну дохідність підприємства характеризують показники рентабельності. А саме: рентабельність активів (сукупного капіталу), рентабельність чистих активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність оборотного капіталу, рентабельність реалізації.

Рівень ефективності використання авансованих і спожитих ресурсів підприємства оцінюється показниками оборотності, ресурсовіддачі, тривалості циклів. Основними з яких є: коефіцієнт оборотності активів, коефіцієнт оборотності власного капіталу, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, тривалість обертів дебіторської та кредиторської заборгованостей, коефіцієнт оборотності матеріальних запасів, коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддачі), період обороту чистого робочого капіталу.

При аналізі внутрішніх індикаторів використовуються кількісні (формалізовані) методи аналітичного дослідження.

Одним із елементів визначення рівня ДА є аналіз динаміки і співвідношення темпів зростання абсолютних показників згідно «золотого правила» економіки:

$$100\% = < T_A < T_{ЧД} < T_{ЧП} \quad (1)$$

де  $T_A$  – темп зростання активів;

$T_{ЧД}$  – темп зростання чистого доходу;

$T_{ЧП}$  – темп зростання чистого прибутку;

–  $100\% < T_A$  показує, що підприємство нарощує економічний потенціал і масштаби своєї діяльності;

–  $T_A < T_{ЧД}$  свідчить про те, що виручка зростає швидше від економічного потенціалу. З цього можна зробити висновок про підвищення інтенсивності використання ресурсів на підприємстві;

–  $T_{ЧД} < T_{ЧП}$  означає, що прибуток зростає швидше від обсягів реалізації і сукупного капіталу внаслідок підвищення рівня рентабельності продажів.

Наступним методичним прийомом, який рекомендують науковці при оцінці ДА підприємства це аналіз коефіцієнтів стійкого зростання підприємства.

Розрахунок допустимих і економічно обґрунтованих темпів зростання підприємства є важливим етапом моніторингу й аналізу ділової активності. Мова йде про збалансування зростання прибутків, чистого доходу та активів підприємства, оскільки правило «чим більше, тим краще» справедливе не завжди. Адже швидке зростання може виснажити ресурси і без високопрофесійного фінансового управління призвести до банкрутства. Фахівці зазначають, до банкрутства підприємств призводить і надто швидке, і надто повільне зростання.

Стійким (збалансованим) зростанням підприємства вважається таке, за якого підприємство не завдає шкоди своїм фінансовим ресурсам і не змінює фінансового ризику. Для стійкого зростання характерним є врівноважений рух коштів (ні нестачі, ні надлишку). Щоб збільшити обсяги реалізації, необхідно збільшити майно підприємства, а це можливе за умови збільшення власного і позикового капіталу.

У фаховій літературі стійке зростання характеризується як максимально можливе зростання без зміни фінансового ризику. При цьому допускається збільшення зобов'язань, але пропорційно зростанню власного капіталу, що забезпечує незмінність фінансового ризику [6-9].

Звідси, темпи зростання реалізації визначаються темпами зростання власного капіталу, а темпи стійкого зростання — це і є темпи зростання власного капіталу. Однак, якщо підприємство відмовляється від додаткової емісії акцій, то єдиним джерелом зміни власного капіталу є реінвестований прибуток.

Ситуація, коли фактичні темпи зростання реалізації більші, ніж темпи стійкого зростання, характерна для швидко зростаючих підприємств, яке стикається з нестачею



грошових коштів. При цьому необхідно забезпечити притік грошових коштів, що можливо за рахунок додаткової емісії акцій, тимчасового збільшення фінансового левериджу, зниження дивідендів, ліквідації малорентабельних операцій, аутсорсингу (передачі іншим підприємствам неключових операцій, що вивільнює активи), збільшення ціни, злиття з «товстим гаманцем».

Підприємства, які зростають повільно, мають темпи фактичного зростання реалізації менші за темпи стійкого зростання, що призводить до надлишку грошових коштів і необхідності пошуку ефективних засобів їх використання. Відтак, керівництво підприємства може почати скуповувати на ринку власні акції, збільшити дивіденди, знизити заборгованість, збільшити активи чи придбати інші підприємства (швидко зростаючі малі підприємства).

Отже, поняття ділової активності підприємства є багатокритеріальним, а аналіз ділової активності – це комплексна оцінка ефективності використання суб'єктом господарювання всіх ресурсів та система заходів, в тому числі й аналітичних, направлених на визначення величини й причин відхилення критеріїв ділової активності від бажаних чи нормативних, з метою здійснення управлінських впливів щодо досягнення позитивних результатів діяльності підприємства, створення сприятливого інвестиційного клімату, підтримання стабільного фінансового стану та забезпечення постійного розширення й росту обсягів виробництва та реалізації продукції і послуг.

#### Список використаних джерел

1. Базилінська .Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навч.посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 328 с.
2. Мних Є.В. Фінансовий аналіз: навч.посіб./ Є.В.Мних, Н.С.Барабаш. – К.: Київ.нац.торг.-економ.ун-т, 2014. – 412 с.
3. Жук Н.Т. Діагностика ділової активності в інформаційній системі управління підприємством / Стан і перспективи розвитку обліково-інформаційної системи в Україні/ матеріали IV міжнар.наук.-практ.конф., 10-11 травня 2016 р. – Тернопіль: ТНЕУ – С. 333-335.
4. Заїкіна О. О. Роль показників ділової активності в оцінці управління підприємством / О. О. Заїкіна // Харчова пром-ть. – 2008. – № 7. – С. 144-148.
5. Рожелюк В.М., Хархут Н.М. Аналіз інноваційно-інвестиційної привабливості підприємства./ В. Рожелюк, Н. Хархут // Економічний аналіз: зб. каф. екон. аналізу нац. екон. ун-ту. – Тернопіль, 2008. – вип. 2., с. 275-278.
6. Шеремет О. О. Фінансовий аналіз / О. О. Шеремет. – К., 2009. – 196 с.
7. Цал-Цалко Ю.С. Фінансовий аналіз: підручник [Текст] // Ю.С. Цал-Цалко – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 566 с.
8. Куриленко Т.П. Теоретичні аспекти визначення ділової активності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nvamu\\_ekon/2009\\_6/6.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu_ekon/2009_6/6.pdf).
9. Лучко, М. Р., Жукевич, С. М., Фаріон, А. І. Фінансовий аналіз: навчальний посібник. – Тернопіль: ТНЕУ, 2016 – 450с.