

13. Фурье Т. Бенчмаркінг ключ до створення конкурентної переваги на етапі зрілості ринку / Т. Фурье // Зарубіжні маркетингові дослідження. – 2002. – № 1. – С. 7-10.

14. Camp Robert C. Benchmarking: The Search for Industry, Best Practices that Lead to Superior Performance / Robert C. Camp. – ASQC Quality Press, 1989. – 299 p.

15. F. Caropreso, «Competitive Benchmarking:

Xerox's Powerful Quality Tool» In Making Total Quality Happen, Research 4. Report № 937, The Conference Board, New York, 1990.

16. Types of Benchmarking. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.globalbenchmarking.org/benchmarking/types-of-benchmarking/>

17. Watson G. The Benchmarking Workbook: Adapting Best Practices for Performance.

## КЛЮЧОВІ ВЛАСТИВОСТІ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА KEY PROPERTIES OF BUSINESS ACTIVITY THE ENTERPRISE

*Проведено аналіз існуючих поглядів до трактування терміну активність. Визначено особливі риси ділової активності: діяльність, дієвість, динаміка, здатність до зміни. Досліджено сутність ділової активності підприємства. Встановлено багатоаспектність поняття ділової активності та його неузгодженість серед сучасної наукової думки. Виділено п'ять основних властивостей ділової активності підприємств.*

**Ключові слова:** підприємство, ділова активність, потенціал, конкурентоздатність, фінансовий стан, управлінське рішення.

*Проведен анализ существующих взглядов относительно трактования термина активность. Определены особые черты деловой активности: деятельность, действительность, динамика, способность к изменению. Исследована сущность деловой активности предприятия. Установ-*

*лена многоаспектность понятия деловой активности, и его несогласованность среди современной научной мысли. Выделены пять основных свойств деловой активности предприятий.*

**Ключевые слова:** предприятие, деловая активность, потенциал, конкурентоспособность, финансовое состояние, управленческое решение.

*It has been analyzed the existing views for the interpretation of the term activity. Defined the specific features of business activity: activity, efficiency, dynamics and ability to change. Investigated the essence of business activity. Established multidimensional concept in business activity and its inconsistency of modern scientific thought. Singled out five key features business activity.*

**Key words:** enterprise, business activity, potential, competitiveness, financial performance, management solution.

УДК 339.138:338.45

**Годящев М.О.**

асистент кафедри менеджменту та маркетингу  
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

**Постановка проблеми.** Протягом останніх років економіка України знаходиться в нестійкому кризовому стані, обумовленому нестабільністю світової господарської системи в цілому та політичної, соціально-демографічної, фінансової, екологічної систем країни зокрема. Тому діяльність підприємств потрібно постійно адаптувати до таких складних умов існування, знаходити оптимальні шляхи розвитку бізнесу, обирати максимально правильні рішення при розв'язанні проблем і розробляти такі механізми управління підприємством, щоб зрештою воно не тільки не було поглинуте кризою, а й мало стійкі позиції на ринку, було прибутковим та конкурентоздатним, виправдовувало стратегічні цілі та завдання, що були поставлені при його заснуванні.

Проте, слід розуміти, що криза для підприємства може стати не тільки шоковим станом, ускладненнями, хиткістю фінансово-економічного стану, але й істотним стимулом до здійснення відповідних змін та перетворень, що в свою відповідь веде до підвищення ділової активності організації. Зрозуміло, що ділова активність потребує управ-

ління, тобто в умовах агресивного конкурентного середовища, мінливості попиту та обмеженості в різного виду ресурсах, треба ретельно обирати ту зону або аспект діяльності підприємства, де активність доцільно підвищити, або навпаки – знизити. А перш ніж керувати діловою активністю, потрібно ретельно обслідувати її ключові властивості.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Активність – досить об'ємне поняття, і сучасна наукова думка не дає єдиного змістовного визначення даного терміну. Проблеми тлумачення сутності та складових ділової активності розглядаються у працях вітчизняних та зарубіжних учених, а саме: О. А. Гарасюк, Г. І. Кіндрацька, О. І. Марченко, В. О. Мец, Н. В. нестеренко, В. В. Ковальов, Б. А. Райзберг та ін. У той же час досі не знайдено єдиного концептуального підходу до її визначення та встановлення ключових аспектів, що формують даний показник. Це відбувається переважно через те, що кожен автор пропонує власне бачення, відмінне від інших, які переважно характеризують тільки окремі аспекти ділової активності суб'єктів господарювання.

**Постановка завдання.** Основним завданням статті є дослідження сутності категорії «ділова активність підприємства», визначення основних її властивостей.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Досліджуючи активність із точки зору функціонування підприємства як виробничо-господарського механізму, сучасні науковці та вчені ототожнюють дане поняття з комерційною активністю та ринковою активністю. Визначення різних авторів показують, що ринкова активність підприємства характеризує підприємство на ринку та його імідж для споживачів та конкурентів.

Так В. В. Ковальов характеризує ринкову активність різними інтерпретаціями. З позиції компанії, що котирує свої цінні папери на біржі, вона означає сукупність заходів, які сприяють стабільному її положенню на ринку капіталу. З позиції інших компаній ринкова активність означає контроль за динамікою ринку капіталу, головна мета якої – виявлення загальноекономічних та галузевих тенденцій, оцінку положення головних конкурентів і (або) компаній, які визначають «погоду» в конкретному секторі виробництва товарів і послуг, формування ефективності інвестиційного портфеля [9, с. 357-358].

Такі вчені, як Р. Брейлі та С. Майерс у своїх працях акцентують увагу на тому, що ринкова активність підприємства формує імідж про нього у споживачів і конкурентів, визначає становище підприємства на ринку цінних паперів та супроводжується зростанням суми дивідендів [4, с. 965]. Такої ж думки дотримується і М. М. Якуба, відзначаючи саме вплив ринкової активності на імідж суб'єкта господарювання [19, с. 43].

Деякі науковці у своїх працях визначають ринкову активність, як думку про підприємство на ринку та ринкове сприйняття ступеня його розвитку [10, с. 205]. Отже, виходячи із вищенаведених визначень, ринкова активність показує рівень та вагомість підприємства на ринку та його імідж для контрагентів.

Сутність і практичне значення комерційної активності у сучасному ринковому середовищі досі не набули єдиного комплексного обґрунтування. Результати економічних досліджень показують, що комерційну активність можна визначити, як сукупні заходи, спрямовані на ефективне здійснення виробничих процесів, актів купівлі-продажу учасниками комерційного обороту, сервісного обслуговування з метою найбільш повного задоволення ринкового попиту [17, с. 199].

Велика кількість авторів наголошують справедливо на важливості виявлення потреби в закупівлі товарів. Проте, деякі науковці помилково включають до змісту комерційної активності невластиві елементи, наприклад, операції зі зберігання това-

рів. Вважаємо, що комерційна активність не охоплює технологічної функції процесів виробництва, торгівлі, збуту. Не можна погодитись також із тим, що активність, спрямована на отримання прибутку, є комерційною, оскільки її об'єктом виступають не всі матеріально-технічні ресурси, а лише їх частина – товари.

Однак, незважаючи на виявлені розбіжності, дослідники єдині в думці, що предметом комерційної активності виступають ті процеси діяльності підприємств, що виникають у сфері товарообігу з обов'язковим врахуванням задоволення потреб споживачів. Аналіз наведених визначень свідчить про те, що різні автори трактують достатньо неоднозначно терміни «ринкова активність» і «комерційна активність», оскільки використовують для характеристики такі ознаки і показники, що відображають безпосередньо позицію підприємства на ринку, його товарообмінні операції тощо. Таке змішування понять за їх сутністю і показниками суттєво ускладнює об'єктивність економічної оцінки підприємств, не дозволяє робити чіткі акценти з досліджуваних категорій, а отже, робити правильні управлінські рішення.

У той час, коли вищезазначені категорії характеризують підприємство виходячи із його позиції на ринку, ділова активність підприємства, на наш погляд, більш пов'язана з внутрішніми аспектами економічної діяльності підприємства. Тому вважаємо, що потрібно дати чітке розмежування категорій «ділова активність», «ринкова активність» і «комерційна активність» підприємства.

Поняття ділової активності достатньо широке та охоплює практично всі аспекти роботи підприємства. Дослідження розробок науковців щодо трактування терміну свідчить про їхнє розмаїття й неузгодженість. Можна окреслювати це поняття в широкому та вузькому значенні. У широкому розумінні воно спрямоване на просування на ринках продукції, праці, капіталу, а у вузькому означає виробничу та комерційну діяльність, успішність вкладених зусиль, ресурсів, ефективність менеджменту. Інакше кажучи, можна розглядати ділову активність стосовно акумуляції та управління внутрішніми ресурсами економічного зростання та активність у зовнішньому економічному середовищі.

Внутрішня активність полягає у накопиченні економічного потенціалу підприємства та налагодженні механізму задля підвищення ефективності його використання. У зовнішній сфері активність трактується як сукупність кількісних та якісних параметрів, таких, як імідж підприємства, соціальна активність, позиція підприємства на ринку, динаміка фондової активності. Проводити аналіз теоретичних основ ділової активності доцільно із урахуванням наявних підходів до визначення цього поняття (табл. 1).

Дослідження більшості науковців зводяться до визначення ділової активності підприємства лише з точки зору декількох аспектів. По-перше, акцентується увага на належності даного показника до ринково-орієнтованих категорій, про що свідчать ті його ознаки, які характеризують саме ринкову позицію підприємства, а саме: рівень товарообміну, імідж підприємства, конкурентоспроможність, тощо. Такого висновку дотримуються І. К. Біляєвський [2, с. 63], О. А. Гринькевич [7, с. 215], В. О. Мец [13, с. 118] та ін. Проте, вважаємо, що ділову активність підприємств не слід обмежувати лише макроекономічними параметрами, оскільки вона більшою мірою характеризує внутрішні аспекти господарської діяльності підприємств.

Окремі автори відокремлюють лише фінансові характеристики даного показника. Такими є забезпеченість підприємства оборотними засобами та швидкість їх обігу, величина авансованого капіталу тощо. Результати таких досліджень відображені у працях Н. В. Нестеренко [14, с. 411], О. І. Марченко [6, с. 137], Б. Річард [3, с. 128] та ін. Проте, сучасний стан розвитку економіки вимагає від підприємств принципово нових підходів до встановлення показників, які характеризують різні напрями їх діяльності. Саме тому використання тільки фінансової складової для визначення сутності ділової активності не є достатньо виправданим. Потребують уваги також управлінські фактори, інформаційна забезпеченість, потенціал підприємства за сферами його діяльності, організаційні фактори та ін., урахування яких дає більш повне уявлення про характер ділової активності підприємства.

Таким чином, проведений аналіз існуючих поглядів до трактування ділової активності показує, що різні автори неоднозначно визначають даний термін. Деякі з них зосереджуються на ринковій його спрямованості, характеризуючи в такому разі «ринкову активність». У той же час дослідження інших науковців спрямоване на вивчення внутрішніх фінансових факторів, що впливають на рівень ділової активності.

Таке міксування поглядів та думок щодо визначення ділової активності значно ускладнює здійснення об'єктивної оцінки підприємств, не дозволяє правильно розмежовувати категорії «ринкова активність», «комерційна активність» та «ділова активність», тим самим унеможлиблюючи розробку та прийняття якісних управлінських рішень у сфері ділової активності.

Узагальнення теоретичних характеристик щодо сутності ділової активності підприємств дозволяє здійснити ідентифікацію та визначити роль показника серед інших категорій активності, виокремити її ключові характерні риси, напрями і сфери застосування (рис. 1).

Дослідження дозволяє виділити п'ять основних властивостей ділової активності підприємств. Серед них можна відокремити ті, що впливають на потенціал господарюючих суб'єктів, допомагають проаналізувати їх фінансовий стан, визначити ринкову позицію, проаналізувати сильні та слабкі сторони та, на підставі вищезазначеного, приймати ефективні управлінські рішення.

**Висновки з проведеного дослідження.** Виходячи із проведеного аналізу, можна виділити п'ять основних властивостей ділової активності підпри-

Таблиця 1

**Характеристика визначень сутності ділової активності підприємства**

Автор	Позитивні сторони	Недоліки
І. К. Біляєвський	Показник оцінюється комплексом складових елементів, що є вагомим значенням при здійсненні економічного аналізу діяльності підприємства.	Ототожнюється із ринковою активністю, оскільки до уваги приймаються лише ринкові показники підприємства.
Н. В. Нестеренко	Автор характеризує ділову активність як управлінський процес, без якого неможливе досягнення підприємством його головної мети та стратегії. При цьому враховуються часові параметри та деякі мотиваційні фактори.	Основним параметром для аналізу ділової активності виступає її фінансова складова. Приймаються до уваги ті оціночні показники, що впливають лише на фінансовий аспект ділової активності; не враховано інші аспекти даного показника.
В. О. Мец	Характеризує стан виробничо-комерційної діяльності підприємства, інформація за якою є важливою як для самого господарюючого суб'єкта, так і для потенційних кредиторів та інвесторів.	Ділова активність прирівнюється до ринкової та комерційної активності, а тому враховуються лише ринкові оціночні характеристики, без управлінської або організаційної складових, використання яких допомагають здійснити більш якісний аналіз. А недостатність ключових значень та параметрів впливають на якість прийнятих управлінських рішень, а відтак – на позицію підприємства на ринку, його конкурентоздатність.
О. А. Гринькевич	При визначенні даного показника використовуються не лише фінансові його характеристики, а й виробничі, людські.	
О. О. Заїкіна, В. В. Ковальов	Показник вивчається як з точки зору внутрішніх чинників (фінансово-виробнича діяльність підприємства), так і з ринково-орієнтованої направленості. Такий аналіз дає більш змістовне уявлення про стан ділової активності.	

\*Проаналізовано автором на основі джерел [2; 7; 9; 11; 13]



Рис. 1. Ключові властивості ділової активності підприємства

емств. По-перше, за допомогою коефіцієнтного аналізу, вона дозволяє здійснити оцінку фінансового стану підприємства.

По-друге, характеризує рівень використання потенціалу підприємства шляхом визначення його реальних можливостей у певній сфері, наявності виробничих ресурсів та резервів, якості використання трудових ресурсів, організаційної структури тощо.

По-третє, ділова активність суттєво впливає на займану позицію підприємства на ринку, його конкурентоздатність. Це виявляється через показники товарообігу, наявності ринків збуту, імідж підприємства тощо.

Четверта ознака ділової активності передбачає безперервний її моніторинг для здійснення відповідних управлінських заходів. Тобто, відбувається систематичний процес спостереження та аналізу динамічних господарських процесів, які впливають на рівень ділової активності з метою прийняття якісних управлінських рішень. За допомогою останньої властивості ділової активності забезпечується визначення сильних та слабких сторін в діяльності підприємства, які необхідно враховувати при формуванні різних стратегій розвитку.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Апопій В. В. Сучасні проблеми та стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України / В. В. Апопій // Вісник Дон НУЕТУ. – Сер.: Економічні науки. – 2005. – № 4. – С. 153-163
2. Беляевский И. К. Основы коммерции : учебно-

прат. пособ. / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М. : Изд-во МЭСИ, 2005. – 129 с.

3. Брели Ричард. Принципы корпоративных финансов / Брели Ричард, Майерс Стюарт / пер. с англ. Н. Баршиновой. – М. : ЗАО «Олимп – Бизнес», 2008. – 1008 с.

4. Бусыгин А. В. Важнейший источник экономического анализа / А. В. Бусыгин // Деловой вестник «Российской кооперации». – 2001. – № 5. – С. 15.

5. Варналії З. С. Основи підприємництва : навч. посіб. / З. С. Варналії – К. : Знання-Прес, 2002. – 239 с.

6. Гарасюк О. А. Проблеми щодо сутності поняття «ділова активність підприємства» / О. А. Гарасюк // Вісник КТУ. – 2010. – № 22. – С. 63.

7. Гринькевич О. А. Інформаційно-аналітичне забезпечення управління діловою активністю підприємств / О. А. Гринькевич, Г. І. Кіндрацька // Економічний аналіз. – 2010. – Вип. 6. – С. 215.

8. Дашков Л. П. Коммерция и технология торговли. – 5-ое изд. / Л. П. Дашков, В. К. Памбучиянц. – М. : Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2007. – 448 с.

9. Ковалев В. В. Финансы. – [2-е изд. перед. и дополн.]. – М.: «Проспект». – 2006. – 640 с.

10. Котенок Г. М. Виявлення переваг та недоліків методів оцінки фінансового стану підприємства // Науково-технічний збірник. – 2008. – № 23. – С. 208.

11. Марченко О. І. Фінансові аспекти ділової активності підприємств / О. І. Марченко // Фінанси України. – 2007. – № 5. – С. 136-143.

12. Марченко И. С. Системный подход к управлению коммерческой деятельностью организаций // Вестник МГТУ. – 2010. – Т. 13, № 1. – С. 27-30.



13. Мец В. О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства : [навчальний посібник] / В. О. Мец. – К. : Вища шк., 2003. – 278 с.

14. Нестеренко Н. В. Ділова активність як невід'ємна частина фінансового стану підприємства [Текст] / Н. В. Нестеренко, О. Діхтяр // Економічний аналіз. – 2012. – № 10. – Частина 3. – С. 411.

15. Половцева Ф. П. Коммерческая деятельность : учебник / Ф. П. Половцева. – М. : Изд-во ИНФРА-М, 2001. – 248 с.

16. Райзберг Б. А. Основы экономики / Б. А. Райзберг. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 408 с.

17. Синяева И. М. Основы коммерческой деятельности / И. М. Синяева. – М. : ЮНИТИ, 2000. – 287 с.

18. Стратегическое управление коммерческой деятельностью предприятия / О. Н. Русева, А. С. Балан // Труды Одесского политехнического университета. – 2003. – Вып. 2 (20). – С. 1-4.

19. Якуба М. М. Проблеми оцінки ринкової активності промислових підприємств у сучасних умовах // Науковий вісник. – 2004. – Вип. 14.2. – С. 4.

## СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ: ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД THE SYSTEM OF MANAGEMENT OF ENTERPRISE: FOREIGN EXPERIENCE

*Система управління конкурентоспроможністю підприємства, її механізми та складові є унікальними для кожної країни. Вони формуються під впливом історичних, політичних, економічних та соціокультурних чинників, реагують на національні трансформації та адаптуються до умов глобального ринку. У статті обґрунтовано необхідність формування теоретичних та методичних підходів до визначення критеріїв, принципів, завдань системи управління аграрними підприємствами, що відповідає цільовим завданням та стратегічним пріоритетам розвитку, забезпечує пролонгацію позитивного економічного ефекту господарювання. Проаналізовано можливості впровадження іноземного досвіду інноваційного управління підприємствами з метою удосконалення існуючої системи управління конкурентоспроможністю.*

**Ключові слова:** інноваційне управління, конкурентоспроможність, менеджмент підприємств, світовий досвід управління, система управління, управління

*Система управління конкурентоспроможністю підприємства, її механізми та складові являються унікальними для кожної країни. Вони формуються під впливом історичних, політичних, економічних та соціокультурних факторів, реагують на національні трансформації та адаптуються до умов глобального ринку. В статті обґрунтовано необхідність формування теоретичних та методичних підходів до визначення критеріїв, принципів, завдань системи управ-*

*лення аграрними підприємствами, що відповідає цільовим завданням та стратегічним пріоритетам розвитку, забезпечує пролонгацію позитивного економічного ефекту господарювання. Проаналізовані можливості впровадження зарубіжного досвіду інноваційного управління підприємствами з метою удосконалення існуючої системи управління конкурентоспроможністю.*

**Ключевые слова:** инновационное управление, конкурентоспособность, менеджмент предприятий, мировой опыт управления, система управления, управление

*System of competitiveness management of the enterprise, its mechanisms and components are unique to each country. They are influenced by historical, political, economic and socio-cultural factors that respond to national transformation and adapt to the global market. The paper substantiates the necessity of formulating theoretical and methodological approaches to define the criteria, principles and objectives of the system of agricultural enterprise management, which corresponds to the targeted objectives and strategic priorities of the development, provides the extension of a positive economic effect of management. Analyzed the possibility of introducing foreign experience of innovation management of enterprises to improve the existing system of management of competitiveness.*

**Key words:** innovation management, competitiveness, organizational management, global management experience, management system, management

УДК 338.436.33

Грановська В.Г.

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства  
Херсонський державний аграрний університет

**Постановка проблеми.** Підприємства України функціонують в умовах швидких і широкомасштабних змін конкурентного середовища, постійного коливання споживчого попиту, зміни його детермінантів та інфраструктурних змін. Це обумовлює необхідність проведення дослідження особливостей формування системи управління підприємствами, як складової забезпечення їх конкурентоспроможності в умовах інтегрованого ринкового середовища, а також узагальнення

теоретичних і методичних підходів до визначення основних складових та розробки основних критеріїв її формування з урахуванням досвіду провідних країн світу.

Конкурентоспроможність як об'єкт управління є сукупністю взаємопов'язаних елементів, спрямованою на забезпечення сильних конкурентних позицій, підтримання існуючих і створення нових конкурентних переваг. Нестача в Україні теоретичних і практичних методів діяльності в умовах силь-