

УДК 338.24:33.658

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-1>**Гарматюк О.В.**

доктор філософії,
старший викладач кафедри маркетингу,
менеджменту та управління бізнесом,
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2589-3269>

Garmatiuk Olena

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У статті проведено аналіз методичних підходів до оцінки ефективності збутової діяльності підприємств. Встановлено, що існує велика кількість різних методологічних підходів до оцінки збутової діяльності, проте вони не є повними і всебічними. Запропоновано методичний підхід оцінки ефективності збутової діяльності, який буде враховувати не тільки наявний стан збутової діяльності, а й допоможе виявити резерви, що можуть бути використані для покращення ефективності збутової діяльності підприємства. Описаний методичний підхід включає п'ять груп показників, на основі оцінки ефективності за різними напрямками: оцінки ресурсозабезпечення; оцінки фінансового стану і платоспроможності; оцінки ефективності використання ресурсів; визначення прибутковості бізнесу; оцінки збутової діяльності.

Ключові слова: збутова діяльність, ефективність збутової діяльності, показники ефективності, ресурсозабезпечення, стійкість фінансового стану, платоспроможність, ефективність використання ресурсів, прибутковість підприємства.

METHODOLOGICAL APPROACHES TO EVALUATING THE EFFICIENCY OF SALES ACTIVITIES OF ENTERPRISES

The article analyzes methodical approaches to assessing the efficiency of sales activities of enterprises. It has been established that there are a large number of different methodological approaches to the assessment of sales activity, but they are not complete and comprehensive. Also, there is no unified approach to the comprehensive assessment of the sales activity of enterprises. It was determined that the assessment of the effectiveness of sales activities should be considered comprehensively, starting with the provision of the necessary production (non-current, working and human capital) and financial (equity and loan capital) resources, compliance with financial discipline, achieving expanded reproduction, increasing business profitability, which in total directly affects on the effectiveness of sales activities. It was determined that the assessment of the effectiveness of sales activities should be considered comprehensively, starting with the provision of the necessary production (non-current, working and human capital) and financial (equity and loan capital) resources, compliance with financial discipline, achieving expanded reproduction, increasing business profitability, which in total directly affects on the effectiveness of sales activities. A methodical approach to assessing the effectiveness of sales activity is proposed, which will take into account not only the current state of sales activity, but also help identify reserves that can be used to improve the effectiveness of the company's sales activity. The described methodical approach includes five groups of indicators, based on the assessment of efficiency in different areas: assessment of resource provision; assessment of financial condition and solvency; assessments of the efficiency of resource use; determination of business profitability; evaluation of sales activity. The developed methodological approach makes it possible to comprehensively assess the effectiveness of sales activity, taking into account not only the current state of sales activity, but also to identify reserves that can be used to improve the effectiveness of the company's sales activity.

Keywords: sales activity, efficiency of sales activity, efficiency indicators, resource provision, stability of financial condition, solvency, efficiency of resource use, profitability of the enterprise.

JEL classification: C13, L11, L81, M20

Постановка проблеми. Збутова діяльність будь-якого підприємства є невід'ємною частиною комерційної діяльності в умовах ринкових відносин. Тому ефективність та конкурентоспроможність діяльності підприємства багато в чому залежать від того, наскільки ефективно проводять оцінку ефективності збутової діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Узагальненні методики оцінки збутої діяльності підприємств подано в працях сучасних вітчизняних науковців І. Спільник, О. Загородньої [1], Ф. Важинського [2], Ю. Гавриш, А. Сірко [3], В. Пилипчук, О. Данніков [4],

К. Костіна [5], В. Обозної [6], І. Тисячук [7], Є. Музичної [8]. Однак, у більшості цих праць висвітлюється питання оцінки збутової діяльності як результативність реалізації продукції. Враховуючи, що збутова діяльність не одинокий процес – ефективність збутової діяльності потрібно оцінювати комплексно.

Мета статті. Проаналізувати існуючі методичні підходи до оцінки ефективності збутової діяльності підприємства. Розробити методичний підхід до оцінки ефективності збутової діяльності, який дозволить комплексно оцінити ефективність збутової діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу. Збутова діяльність будь-якого підприємства є невід'ємною частиною комерційної діяльності в умовах ринкових відносин. Тому ефективність та конкурентоспроможність діяльності підприємства багато в чому залежать від того, наскільки ефективно проводять оцінку ефективності збутової діяльності.

І. Спільник, О. Загородня зазначають, що при визначенні ефективності системи збуту потрібно пам'ятати, що виробнича і збутова діяльність підприємства тісно пов'язані між собою через те, що зниження обсягів збуту негативно впливає на виробництво через нестачу оборотних коштів. Для визначення відповідності темпів виробництва та реалізації автори пропонують використовувати коефіцієнт відповідності темпів виробництва і реалізації, який розраховується відношенням чистого доходу від реалізації продукції до обсягу виготовленої продукції як суми надходжень від реалізації продукції і середніх залишків готової продукції. Більше наближене значення коефіцієнта до одиниці свідчить про синхронність і ритмічність виробничої та збутової діяльності підприємства. Зниження коефіцієнта дає можливість вчасно виявити проблеми, пов'язані зі зростанням залишків нереалізованої продукції та гальмуванням оборотності оборотних активів [1].

Оцінкою ефективності збутової діяльності підприємства І. Спільник, О. Загородня вважають оцінку витрат на збут у дохід від реалізації продукції, оцінку показників рентабельності, а саме: рентабельність реалізованої продукції, рентабельність основної діяльності, рентабельність операційної діяльності та економічну рентабельність [1].

На думку Ф. Важинського, при оцінці результативності та ефективності управління збутовою діяльністю варто використовувати групи показників: узагальнювальні показники ефективності всієї виробничо-господарської діяльності, показники використання основних видів ресурсів, показники перспективності товарних асортиментів, конкурентоспроможності підприємства [2].

До показників групи виробничо-господарської діяльності Ф. Важинський відносить показники комплексного аналізу, показники організаційно-технічного рівня виробництва (показники виробничої потужності, частка профільної продукції в загальному обсязі виробництва, озброєність живої праці основними фондами, ступінь відновлення устаткування), показники виробництва та реалізації продукції (показники товарної, реалізованої продукції), показник собівартості, показники прибутку і рентабельності, показники економічного стимулювання. Група показників ефективності використання ресурсів складається з розрахунку таких показників, як: фондівіддача; продуктивність праці; матеріалоемність. Оцінку перспективності товарних асортиментів, конкурентоспроможності науковці пропонують проводити за допомогою контролінгу (оцінка оперативних та стратегічних рішень), який дає можливість з'ясувати вплив сезонності продукції на рівень конкурентоспроможності та ритмічність збутової діяльності [2]. Схожу методика оцінки ефективності збутової діяльності пропонує А. Сірко, яка акцентує, що при проведенні оцінки ефективності збутової діяльності важливо зосередитись на використанні трьох груп показників, які спираються на аналіз

виробничо-господарської діяльності, ресурсів, товарного асортименту і конкурентоспроможності [3].

В. Пилипчук, О. Данніков зосереджують свою увагу на аналізі ефективності збутової діяльності за чотирима напрямками: аналіз збутових витрат; показників результативності збутової діяльності; впливу збутової діяльності на прибуток; ранжування споживачів за ступенем привабливості. Особливу увагу вони звертають на визначення рівня задоволеності споживачів за допомогою показників – індексу задоволеності споживачів (CSI) та оцінки створеної споживчої цінності (CVA) [4]. На нашу думку, ці показники мають суб'єктивний характер, тому не можна за ними повною мірою оцінити ефективність збутової діяльності підприємства.

Для підвищення збутової діяльності К. Костіна пропонує оцінювати ефективність збутової логістики, використовуючи метод збалансованих показників, основною метою якого є забезпечення узгодженості між показниками. Напрямами оцінки збутової логістики є фінансові показники та показники економічної ефективності, якість персоналу та його розвиток, оцінка внутрішніх логістичних бізнес-процесів, відносини з клієнтами [5]. На нашу думку, запропонована методика оцінки не враховує важливість оцінки інших комплексних показників, які характеризують ефективність збутової діяльності, незважаючи на те, що збутова логістика є одним із елементів збутової системи та процесом розподілу продукції в потрібне місце, у певний час, певної номенклатури за визначеною ціною, а об'єктом управління при цьому є готова продукція, тобто кінцевий процес збуту продукції.

Результати дослідження В. Обозної та І. Тисячук засвідчили, що при аналізі ефективності збутової діяльності варто використовувати такі компоненти та їх показники: аналіз збуту (чистий дохід від реалізації); аналіз собівартості реалізованої продукції; аналіз чистого прибутку від реалізації; аналіз рентабельності продукції; аналіз середніх товарних запасів, товарооборотності, частка реалізованої продукції у вартості товарної маси [6; 7].

Ефективність збутової діяльності Є. Музична пропонує оцінювати, використовуючи дві групи індикаторів: 1 група – показники визначення частки ринку; 2 група – показники визначення ефективності збутових витрат [8].

Вивчаючи сучасні методики оцінки ефективності збутової діяльності підприємства, ми виявили, що існує велика кількість різних методологічних підходів до оцінки ефективності збутової діяльності. Такі підходи до дослідження оцінки показників ефективності збутової діяльності не є повними і всебічними. Тому, на нашу думку, з метою розробки комплексу заходів для підвищення ефективності збутової діяльності доцільно структурувати показники оцінки за групами. Ми виокремили п'ять груп показників (рис. 1).

- 1 група – показники оцінки стану ресурсозабезпечення;
- 2 група – показники оцінки стійкості фінансового стану і платоспроможності;
- 3 група – показники оцінки ефективності використання ресурсів;
- 4 група – показники оцінки прибутковості бізнесу;
- 5 група – показники оцінки ефективності збутової діяльності.

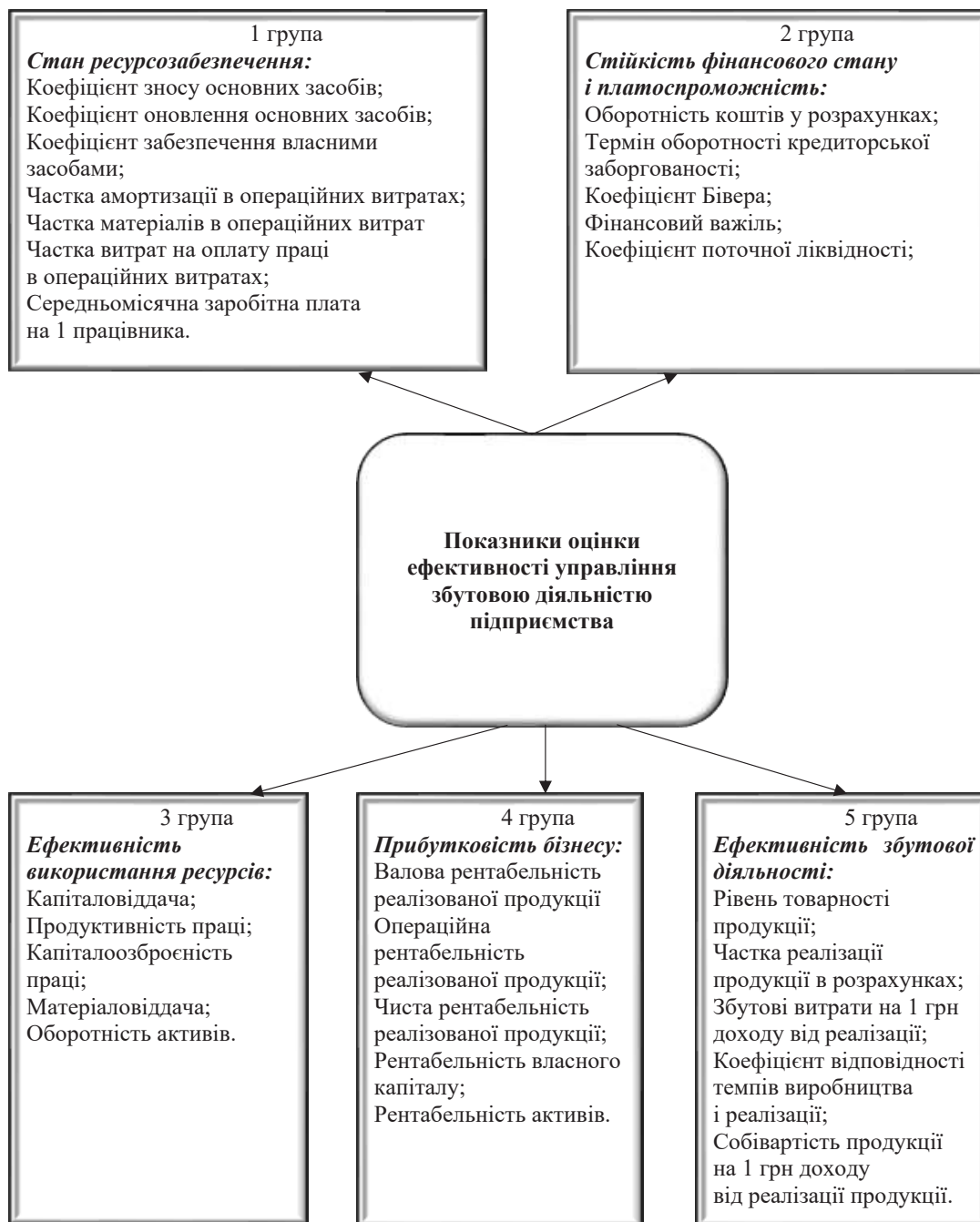


Рис. 1. Показники оцінки ефективності управління збутовою діяльністю підприємства

Джерело: складено автором

Як ми зазначали раніше, збут не є одинокий процес. Під час збутової діяльності будь-яке підприємство, якщо воно планує довгострокове функціонування, повинне думати не тільки про поточний стан збуту, а про перспективні шляхи розвитку збутової діяльності, ураховуючи фактори, які впливають на неї. Запорукою ефективного збуту є ефективне ресурсозабезпечення, стійкість фінансового стану і платоспроможність, ефективність використання ресурсів, прибутковість підприємства. Тому при оцінці ефективності збутової діяльності варто своєчасно враховувати ключові комплексні показники ефективності, які є індикаторами розвитку збутової діяльності підприємства

Ресурсозабезпечення є основним фактором підвищення ефективності управління підприємством. Саме ресурсозабезпеченість визначає конкурентні переваги – високу прибутковість та ефективність збутової діяльності підприємства. Пропонуємо оцінювати стан ресурсозбереження, застосовуючи загальновідомі узагальнювальні показники ефективності рівня забезпечення матеріально-технічними та трудовими ресурсами, зокрема за такими показниками:

– коефіцієнт зносу основних засобів характеризує частину основних засобів, які списані на виробництво. Чим менше значення показника, тим кращий технічний стан основних засобів;

– коефіцієнт оновлення основних засобів, який характеризує інтенсивність уведення в дію нових основних засобів. Позитивною тенденцією є збільшення показника;

– коефіцієнт забезпечення власними засобами визначає, яка частина оборотних активів фінансується за рахунок власних коштів. Нормативне значення показника не менше 0,5. Показник доцільно розглядати в динаміці, оскільки тенденція до зниження показника в динаміці свідчить про те, що без позикових коштів підприємство не зможе забезпечити ефективну виробничо-збутову діяльність;

- частка амортизації в операційних витратах;
- частка матеріалів в операційних витратах;
- частка витрат на оплату праці в операційних витратах;

– середньомісячна заробітна плата 1 працівника.

О. Яцук та Н. Захарова [9] пропонують оцінювати фінансовий стан і платоспроможність за допомогою методики, яка базується на використанні п'яти груп коефіцієнтів (показники майнового стану, показники фінансової стійкості, показники ліквідності підприємства, показники ділової активності підприємств, показники прибутковості), які дають високу коректність результату. При виборі коефіцієнтів передусім варто враховувати завдання і цілі, які за допомогою такої оцінки необхідно вирішити. Пропонується здійснювати розрахунок стійкості фінансового стану і платоспроможності за допомогою таких показників:

оборотність коштів у розрахунках характеризує кількість обертів за рік коштів, укладених у розрахунки. Нормативне значення показника є позитивною динамікою до збільшення;

– термін оборотності кредиторської заборгованості характеризує середній період погашення кредиторської заборгованості. Позитивною тенденцією є зменшення показника;

– коефіцієнт Бівера дає змогу визначити можливі загрози банкрутства в майбутньому;

– фінансовий важіль дає можливість визначити, до якої межі підприємству вигідне фінансування за рахунок позикового капіталу. Нормативне значення показника від 0 до 1.

– коефіцієнт поточної ліквідності визначає, чи є в підприємства ресурси, щоб погасити свої поточні зобов'язання. Нормативне значення показника більше 1,5–2,5;

– співвідношення позикових і власних коштів характеризує фінансову стійкість підприємства та визначає величину позикових коштів, залучених на одну гривню, вкладених в активи власних коштів. Нормативне значення показника не повинне перевищувати 1. Зазначимо, що не бажано, щоб позикові кошти перевищували власні.

Аналіз наукових праць дав можливість виявити, що багато науковців розглядають питання визначення показників оцінки ефективності використання ресурсів, але єдиної методики розрахунку немає. Ми виокремили основні показники оцінки ефективності використання ресурсів, які, на нашу думку, дадуть змогу більш точно й об'єктивно оцінити параметри ресурсів і ресурсовіддачі, які впливають на збутову діяльність підприємства:

Капіталовіддача характеризує ефективність використання основних засобів підприємства. Зростання

показника вказує на збільшення ефективності використання основних засобів і є позитивною тенденцією в діяльності підприємства.

Продуктивність праці характеризує, наскільки ефективно використовують виробничі ресурси. Збільшення показника в динаміці має позитивне значення.

Капіталозброєність праці характеризує ефективність використання основного капіталу підприємства. Зростання показника в динаміці вважається позитивним. Зазначимо, що темпи зростання продуктивності праці повинні перевищувати темпи капіталозброєності праці.

Матеріаловіддача – основний показник ефективності використання матеріальних ресурсів, за ним визначають зміни фактичного рівня використаних ресурсів підприємства порівняно з попередніми періодами та виявляють резерви збільшення обсягів виробництва. Цей показник визначає, скільки вироблено продукції з одиниці витрачених матеріальних ресурсів.

Оборотність активів характеризує ефективність використання активів підприємства шляхом співвіднесення доходу від реалізації за звітний період із середньою величиною активів у цей період. Оборотною активів показує, скільки гривень доходу приносить одна гривня активів підприємства. Відповідно, якщо оборотність активів зростає, це свідчить, що наявні активи організації використовуються ефективно. Навпаки, при падінні оборотності активів необхідно робити висновок про те, що наявна політика щодо активів не є ефективною.

При проведенні оцінки прибутковості бізнесу О. Солицька [10], В. Фаріон [11] зазначають, що доцільно проводити аналіз показників першого рівня, до яких відносять рентабельність активів; рентабельність власного капіталу; рентабельність продажів.

На основі запропонованих методик оцінки визначено основні показники оцінки ефективності бізнесу підприємства:

– валова рентабельність реалізованої продукції характеризує окупність витрат підприємства;

– операційна рентабельність реалізованої продукції характеризує рівень прибутковості після відрахування витрат на виробництво і збут продукції;

– чиста рентабельність реалізованої продукції характеризує вплив структури капіталу на рентабельність;

– рентабельність власного капіталу характеризує, наскільки ефективно підприємство використовує власний капітал;

– рентабельність активів визначає ефективність використання активів підприємства.

У наукових працях визначено, що аналіз оцінки ефективності збутової діяльності повинен включати такі показники [1–3; 5]:

– рівень товарності продукції характеризує ефективність збуту, тобто скільки в цілому виробленої продукції було реалізовано підприємством;

– частка реалізації продукції в розрахунках;

– збутові витрати на 1 грн доходу від реалізації.

Цей показник характеризує місце збутових витрат у доходу від реалізації продукції. Тобто визначається частка збутових витрат, яка припадає на дохід від реалізації продукції;

– коефіцієнт відповідності темпів виробництва і реалізації характеризує відповідність співвідношення

обсягу виробленої та реалізованої продукції. Більш наближене значення коефіцієнта до одиниці свідчить про синхронність і ритмічність виробничої та збутової діяльності підприємства;

– собівартість продукції на 1 грн доходу від реалізації продукції характеризує частку собівартості в 1 грн доходу від реалізації продукції. Тенденція до зниження показника є позитивним значенням.

Висновки. Отже, проаналізувавши різні методичні підходи до оцінки ефективності збутової діяльності під-

приємства, визначаємо, що оцінку ефективності потрібно проводити за різними напрямками: оцінки ресурсозабезпечення; оцінки фінансового стану і платоспроможності; оцінки ефективності використання ресурсів; визначення прибутковості бізнесу; оцінки збутової діяльності. Розроблений методичний підхід дає змогу комплексно оцінити ефективність збутової діяльності, урахувавши не тільки наявний стан збутової діяльності, а й виявити резерви, що можуть бути використані для покращення ефективності збутової діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Спілник І.В. Аналіз ефективності збутової діяльності підприємства. *Економічний аналіз*. 2016. Т. 24, № 2. С. 130–140.
2. Важинський Ф.А., Ножак А.В., Колодійчук А.В. Оцінка ефективності управління системою збуту машинобудівних підприємств. *Економіка промисловості*. 2010. № 1. С. 199–122.
3. Сірко А.Ю. Методичні підходи до розроблення та аналізу системи збуту продукції. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 28–2. С. 16–18.
4. Пилипчук В.П., Данніков О.В. Маркетинговий аналіз та оцінка ефективності продажу. *Бізнес Інформ*. 2016. № 3. С. 291–296.
5. Костіна К.В. Методика визначення ефективності логістики збуту підприємств АПК. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2015. № 13. С. 101–102.
6. Обозна В.В. Методичні аспекти оцінки ефективності управління збутовою діяльністю на сільськогосподарських підприємствах. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. № 2(41). С. 49–55.
7. Тисячук І.О. Оцінка ефективності збутової діяльності підприємства. Матеріали XLVI наук.-техніч. конф. факультету менеджменту та інформаційної безпеки (Вінниця, 22–24 березня 2017 р.). URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2017/paper/view/3012> (дата звернення: 12.06.2023).
8. Музична Є.О. Оцінка ефективності управління збутовою діяльністю туристичних підприємств. *Економічний часопис XXI*. 2013. № 11–12(2). С. 64–67.
9. Яцук О.О., Захарова Н.Ю. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. 2018. Т. 29(68). С. 173–180.
10. Савицька О.М., Салабай В.О. Ефективність діяльності та управління підприємством: особливості використання теорії, методології та результативності аналітичних досліджень. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.6.55>
11. Фаріон В.Я. Аналітична оцінка ділової активності та рентабельності підприємств. *Інноваційна економіка*. 2013. № 10. С. 27–33.

References:

1. Spilnyk I. (2016) Analiz efektyvnosti zbutovoi diialnosti pidpryemstva [Analysis of efficiency of enterprise sales activity]. *Ekonomichnyi analiz*, vol. 24, no. 2, pp. 130–140.
2. Vazhynskiy F. A., Nozhak A. V., Kolodiiichuk A. V. (2010) Otsinka efektyvnosti upravlinnia systemoiu zbutu mashynobudivnykh pidpryemstv [Evaluation of the effectiveness of management of the sales system of machine-building enterprises]. *Ekonomika promyslovosti*, no. 1, pp. 199–122.
3. Sirko A. (2018) Metodychni pidkhody do rozroblennia ta analizu systemy zbutu produktsii [Methodological approaches to development and analysis of the product loading system]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, vol. 28–2, pp. 16–18.
4. Pylypchuk V. P., Dannikov O. V. (2016) Marketynhovyi analiz ta otsinka efektyvnosti prodazhu [Marketing Analysis and Evaluation of the Efficiency of Sales]. *Biznes Inform*, no. 13, pp. 291–296.
5. Kostina K. V. (2015) Metodyka vyznachennia efektyvnosti lohistyky zbutu pidpryemstv APK [Methodology for determining the effectiveness of sales logistics of agro-industrial complex enterprises.]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, no. 3, pp. 101–102.
6. Obozna V. (2017) Metodychni aspekty ocinky efektyvnosti upravlinnya zbutovoyu diialnistyu na silskogospodarskykh pidpryemstvax [Methodical aspects of evaluating the effectiveness of management sale activity of agricultural enterprises]. *Ekonomika ta upravlinnya pidpryemstvamy*, no. 2(41), pp. 49–55.
7. Tysiachuk I. O. (March 22–24, 2017) Otsinka efektyvnosti zbutovoi diialnosti pidpryemstva [Assessment of the efficiency of the enterprise's sales activity]. Proceedings of the Materialy XLVI nauk.-tekhnich. konf. fakultetu menedzhmentu ta informatsiinoi bezpeky. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2017/paper/view/3012>
8. Muzychka Ye. (2013). Otsinka efektyvnosti zbutovoi diialnosti turystychnykh pidpryemstv [Evaluating of tourism enterprises marketing activities effectiveness]. *Ekonomichnyi chasopys – XXI*, vol. 11–12.(2), pp. 64–67.
9. Yatsukh O. O., Zakharova N. Yu. (2018) Finansovyi stan pidpryemstva ta metodyka yoho otsinky [The financial condition of the enterprise and methods of its evaluation]. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho*, vol. 29(68). pp. 173–180.
10. Savytska O. M., Salabaj V. O. (2019) Efektyvnist diialnosti ta upravlinnia pidpryemstvom: osoblyvosti vykorystannia teorii, metodolohii ta rezultatyvnosti analitychnykh doslidzhen [Efficiency of activity and management of the enterprise: features of application of theory, methodology and performance of analytical researches]. *Efektyvna ekonomika*, no. 6. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/57.pdf (accessed December 23, 2023).
11. Farion V. Ya. (2013) Analitichna otsinka dilovoi aktyvnosti ta rentabelnosti pidpryemstv [Analytical assessment of business activity and profitability of enterprises]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 10, pp. 27–33.