

УДК 347.71

DOI: 10.31891/2307-5740-2019-274-5-66-70

ГАЛЮК Я. Д., БИЧКОВА Л. А.

Хмельницький національний університет

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОКАЗНИКІВ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті окреслено тенденції розвитку молочної галузі в Україні. Проаналізовано показники комерційної діяльності, що характеризують ефективність використання основних засобів та оборотних фондів і трудових ресурсів підприємства. Відображено взаємозв'язок та розраховано такі показники ефективності, як фондовіддача, фондоємність, фондоозброєність, рентабельність основних і оборотних фондів та продуктивність праці. Розраховано рентабельність реалізованої продукції з доповненою собівартістю з метою врахування витрат, понесених підприємством до моменту реалізації.

Ключові слова: комерційна діяльність, показники ефективності, підприємство.

HALYUK Ya., BYCHIKOVA L.

Khmelnitskyi National University

ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF INDICATORS OF COMMERCIAL ACTIVITY OF THE PRODUCTION ENTERPRISE

Trends in the dairy industry in Ukraine are outlined in the article. The main stages of development of a private joint-stock company, which is a successful producer of dairy products in the national market are considered. The indicators of commercial activity that characterize the efficiency of the use of fixed assets and current assets and labour resources of the enterprise are analysed according to the published financial statements. Their rate of change and absolute rejection is reflected. The increase in net profit is revealed while the revenue from the sales and the self-cos are both increasing, but with a moderate decrease in the annual inflation index. The distribution of costs, the largest share of which is spent on sales, is figured out. Such efficiency indicators as a yield of capital investments, capital intensity, capital-labour ratio, return on fixed/current assets and productivity are calculated. The tendency to decrease or increase the performance indicators of the enterprise is characterized. The relationship between performance indicators and the dynamics of sales of whole milk, skim milk, butter and casein are reflected. The method of profitability calculation of realized products with an added cost to take into account the expenses incurred by the enterprise up to the moment of sale was used. It is proposed to invest money in reconstruction, improvement of production facilities, installation of reliable and efficient equipment, cooperation with reliable suppliers (farms) for successful production and commercial activity. The importance of building a strong brand with the use of guerrilla marketing tools to extend the distribution of dairy producers from regional to national is outlined.

Key words: commercial activity, performance metrics, enterprise.

Вступ. На сьогодні в Україні з кожним роком спостерігається постійне скорочення поголів'я великої рогатої худоби – станом на 1 травня 2019 року Державна служба статистики зафіксувала зниження на 3,5 % дійного поголів'я у порівнянні з 2018 роком. Оскільки молокопереробні підприємства недоотримують необхідну сировину, молочно галузь країни поступово згортається, що має наслідки на національному рівні. Тому, показники ефективності діяльності виробничого підприємства молочної галузі, у тому числі показники комерційної діяльності, мають постійну актуальність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значним внеском у розробку даної проблематики стали роботи науковців Аполія В. В. та Балабанової Л. В., присвячені теоретико-методичним засадам ефективності комерційної діяльності. Серед останніх публікацій у сфері комерційної діяльності в дослідженні Черкашиної М. В. запропоновано систематизований комплекс основних факторів стратегічного управління процесом для забезпечення ефективності комерційної діяльності підприємства загалом [1]. У своїй праці Бабух І. Б. окреслює теоретичні підходи та базові принципи удосконалення управління комерційною діяльністю у межах торговельного підприємства [2]. Уткіна Ю. М. та Веретельник Р. Г. розглядають чинники забезпечення ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємства в системі нових соціально-економічних відносин [3], а Солоненко Р. Л. дослідив показники, за допомогою яких можна визначити ефективність міжнародної комерційної діяльності [4]. Проте більшість показників, які представлено в цих роботах, здебільшого придатні для оцінювання ефективності діяльності торговельних підприємств та згодом породжують дискусійні питання; оцінка комерційної діяльності підприємств молочної галузі є доволі обмеженою.

Метою даного дослідження є оцінка показників комерційної діяльності підприємства молочної галузі, пов'язаних з ефективністю використання основних та оборотних фондів і трудових ресурсів.

Результати дослідження. ПрАТ «Тернопільський молокозавод» – успішний виробник молочної продукції, що працює в сегменті питного молока близько 15 років. Свою діяльність товариство розпочало у 1957 році. Розпочинало виробництво як міський молокозавод, початкова потужність якого становила 25 тонн переробки молока в зміну. У 2000 році підприємство перетворилось у ЗАТ «Тернопільський молокозавод», коли водночас із погіршенням фінансово-економічного стану підприємства та морального і фізичного зносу основних фондів збереглися як кваліфікований персонал, так і сировинні зони.

Протягом 10 років підприємство продавало не брендовану продукцію, але починаючи з 2009 року почало створювати бренд «Молокія» та розширювати межі своєї дистрибуції до національних. У період 2011–2014 років на підприємстві проводили реконструкцію з метою покращення виробничих потужностей, тому за рахунок встановлення швейцарського обладнання фірми «Tetra Pak», польського обладнання «Biostal», «Mleczmasz», «Dozo-pak» та «Sromasz», обладнання болгарської фірми «Index-6», з'явилася можливість переробляти до 450 тонн молока за добу, у цільномолочній групі – до 300 тонн.

На сьогодні філософія ПрАТ «Тернопільський молокозавод» визначається наступним чином: нам не однаково – якість та безпечність продукту гарантуємо для всіх.

Проаналізувавши показники діяльності підприємства протягом 2015–2017 років [5], можна сказати, що загалом спостерігається зростання у відносному та абсолютному вираженні таких показників, як чистий дохід від реалізації продукції, середньорічна вартість основних та оборотних засобів, балансовий прибуток протягом цих років, тоді як значення, що спостерігаємо за середньорічною чисельністю працівників у 2016 році, скоротилося на 56 осіб, тобто на 4,2 %, але вже у 2017 році спостерігається зростання цього показника до 1374 осіб, що більше за чисельність 2015 року на 32 особи (таблиця 1).

Таблиця 1

Показники діяльності ПрАТ «Тернопільський молокозавод»

Показник	Рік			Темп змін, %		Відхилення	
	2015	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	867708	1172345	1522871	135,11	129,90	304637	350526
Середньорічна вартість основних фондів	117113,5	133832	187768,5	114,28	140,30	16718,5	53936,5
Середньорічна вартість оборотних засобів	111202	132682	171272	119,32	129,08	21480	38590
Балансовий (валовий) прибуток	160233	202028	294174	126,08	145,61	41795	92146
Середньорічна чисельність працівників, осіб	1342	1286	1374	95,83	106,84	-56	88

Для кращого розуміння динаміки показників, відобразимо їх графічно. На рисунку 1 відображено зростання чистого доходу від реалізації продукції водночас зі зростанням собівартості реалізованої продукції. Варто врахувати, що у 2015 році індекс інфляції становив 143,3, у 2016 та 2017 відповідно – 112,4 та 113,7, тобто відбувалося незначне зниження наявного темпу інфляції. За даними 2017 року видно, що чистий дохід від реалізації продукції складає 1522871 тис. грн, а собівартість реалізованої продукції – 1228697 тис. грн, що на 26,6 % більше за показник собівартості 2016 року (970317 тис. грн). Різниця між цими показниками становить валовий прибуток, який відображається у формі № 2 – Звіті про фінансові результати, зменшується на величину понесених витрат (у тому числі податку на прибуток) і для ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2017 році складає 294174 тис. грн (рисунк 2).

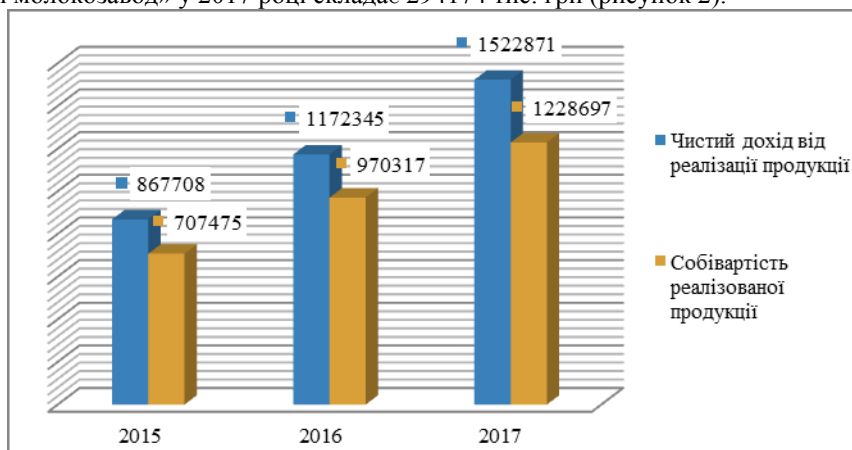


Рис. 1. Обсяг виручки та собівартості протягом 2015–2017 рр.

Графік також відображає обсяг витрат протягом 2015–2017 років, з якого видно, що найбільшу частку займають витрати на збут, динаміка яких представлена на рисунку 3. Варто зауважити, що ми погоджуємося з думкою Канцурова О., який зазначає: «Значний обсяг витрат на збут не залежать безпосередньо від обсягів реалізації продукції (утримання основних засобів, пов'язаних зі збутом продукції), вони носять стимулюючий характер і здійснюються авансом (витрати на рекламу та дослідження ринку, передпродажну підготовку товарів), зумовлені виконанням договірних зобов'язань на вже продану продукцію» [6].

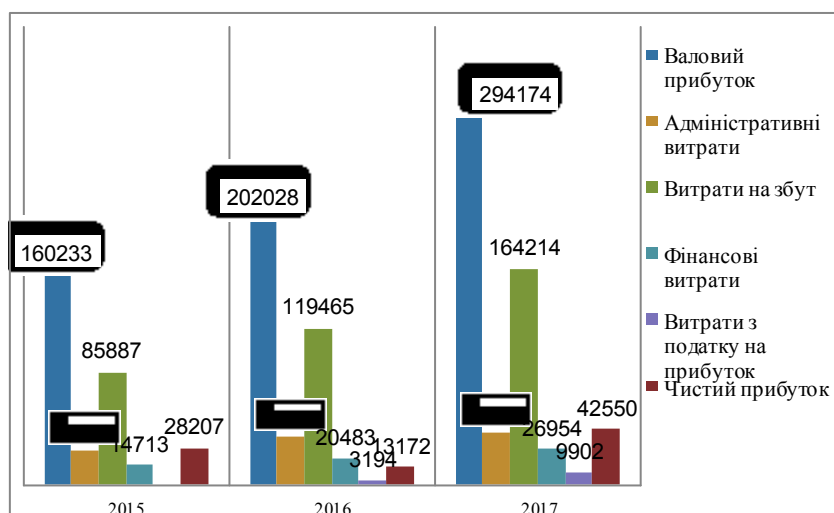


Рис. 2. Обсяг валового прибутку, витрат та чистого прибутку в 2015–2017 роках

На основі цих показників діяльності товариства розрахуємо показники ефективності, такі як фондівіддача, фондоемність, фондоозброєність, рентабельність основних та оборотних фондів та продуктивність праці для ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (таблиця 2).

Таблиця 2

Показники ефективності діяльності ПрАТ «Тернопільський молокозавод»

Показник	Рік			Темп змін, %	
	2015	2016	2017	2016	2017
Фондовіддача по чистому доходу	7,41	8,76	8,11	118,23	92,59
Фондоемність	0,13	0,11	0,12	84,58	108,01
Фондоозброєність	87,27	104,07	136,66	119,25	131,32
Рентабельність основних фондів	136,82	150,96	156,67	110,33	103,78
Оборотність оборотних засобів	7,80	8,84	8,89	113,24	100,63
Рентабельність оборотних засобів	144,09	152,26	171,76	105,67	112,80
Продуктивність праці за чистим доходом	646,58	911,62	1108,35	140,99	121,58

Фондовіддача є відношенням результатів реалізації товарів до середньорічної вартості основних фондів і збільшення показника означає зростання ефективності використання основних фондів. У 2017 році показник фондівіддачі (8,11) дещо нижчий за показник 2016 року (8,76), тому ефективність управління основними засобами товариства дещо знижується.

Причиною такої тенденції є зниження темпу приросту чистого доходу від реалізації продукції на 5,9 % при абсолютному зростанні показника на 350526 тис. грн, тоді як темп приросту середньорічної вартості основних фондів збільшився на 26,02 %.

Фондомісткість є оберненим показником, котрий відображає величину основного капіталу, що доводиться на одиницю продажів. Зменшення фондомісткості є позитивним явищем у діяльності підприємства.

За рахунок збільшення показника фондоозброєності збільшується ступінь технічної оснащеності праці, що призводить до зростання продуктивності праці. Продуктивність праці – відношення об'єму реалізації до чисельності персоналу, тобто характеризує обсяг реалізованої продукції на одного працюючого. Найвищий показник продуктивності праці для молокозаводу – 1108,35 тис. грн/працівника, спостерігається у 2017 році. Цей показник ефективності діяльності також пов'язаний із показником фондівіддачі – продуктивність праці збільшується зі зростанням фондівіддачі.

ПрАТ «Тернопільський молокозавод» виготовляє молоко та молочну продукцію, зокрема, й казеїн, значна частина якого експортується з території України. Динаміка обсягів реалізації продукції у натуральних вимірах (тоннах) протягом 2014–2017 років, яка складає більше 5 % від загального обсягу виробництва в грошовому вимірі, проілюстрована на рисунку 3.

Як свідчать дані рисунку, у 2015 році спостерігається вилучення з реалізації знежиреного молока, при цьому обсяги реалізації цільномолочної продукції, масла та кезеїну зростають. Найвищий темп зростання показників простежується у реалізації масла і становить 27,57% у 2017 році відносно 2016, у реалізації казеїну – 8,94%, а темп зростання реалізації цільномолочної продукції є найнижчим і становить лише 0,4% (хоча обсяг виробництва цього виду продукції перевищує реалізований на 3031 тону).

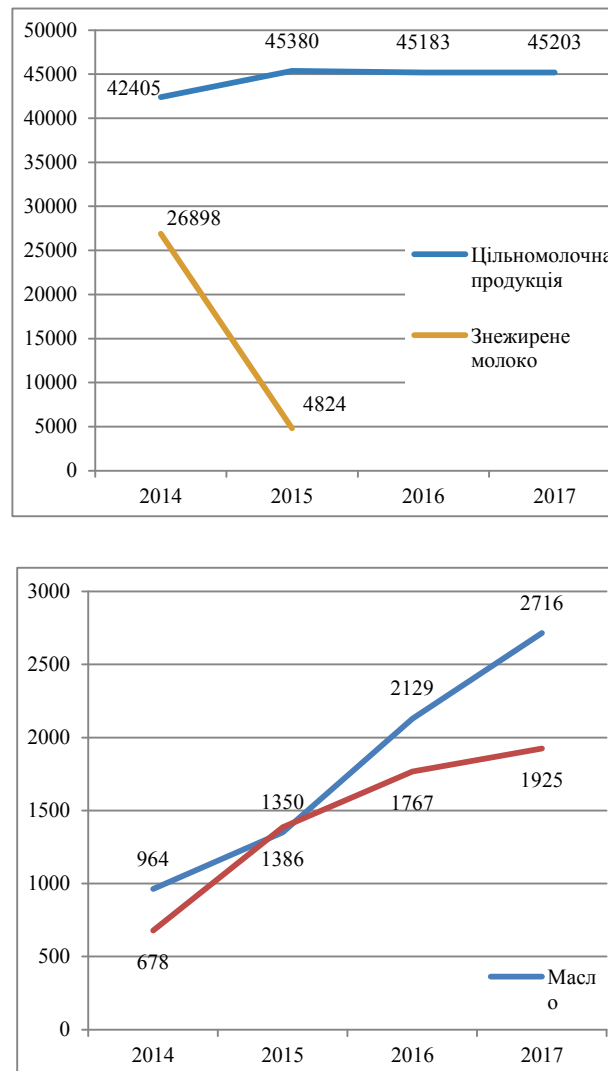


Рис. 3. Динаміка обсягів реалізації продукції протягом 2014–2017 років

Не менш важливим показником є рентабельність реалізованої продукції, яку пропонуємо знаходити за чистим доходом від реалізації продукції. Витрати, необхідні для визначення рентабельності, варто враховувати не лише на виробництво продукції (собівартість продукції; різниця між чистим доходом і собівартістю продукції становить валовий прибуток підприємства), а також враховувати адміністративні витрати та витрати на збут, пов'язаних з операційною діяльністю та понесених підприємством на момент реалізації. Тому, розрахунок рентабельності реалізованої продукції здійснюємо таким чином:

– доповнити собівартість реалізованої продукції з форми № 2 фінансової звітності адміністративними витратами і витратами на збут, оскільки вони вже здійснені на момент реалізації продукції;

– з чистого доходу від реалізації продукції відняти доповнену собівартість, отримавши прибуток від реалізації продукції;

– розділити отриманий прибуток на доповнену собівартість.

Таким чином, отримуємо наступну формулу для розрахунку рентабельності реалізованої продукції (Ррп):

$$Ррп = \frac{Чд - (С + Ад + Вз)}{(С + Ад + Вз)} \times 100\%, \quad (1)$$

де Чд – чистий дохід від реалізації продукції;

С – собівартість реалізованої продукції;

Ад – адміністративні витрати;

Вз – витрати на збут підприємства.

Розрахуємо показники рентабельності реалізованої продукції для ПрАТ «Тернопільський молокозавод»:

$$P_{pp2015} = \frac{867708 - (819703)}{(819703)} \times 100\% = 5,85\%$$

$$P_{pp2016} = \frac{1172345 - (1125876)}{(1125876)} \times 100\% = 4,13\%$$

$$P_{pp2017} = \frac{1522871 - (1432332)}{(1432332)} \times 100\% = 6,32\%$$

З розрахунків видно, що на підприємстві у 2017 році спостерігається певне зростання рентабельності продукції, яке зумовлене певним зниженням собівартості, адміністративних та витрат на збут, що збільшило, в свою чергу, величину чистого доходу від реалізації, прибутку до оподаткування і, відповідно, чистого прибутку.

Підсумувавши наведені дані, можна сказати, що опублікована та проаналізована фінансова звітність ПрАТ «Тернопільський молокозавод» свідчить про наступне:

– виручка від реалізації продукції товариства 2017 року склала 1,5 млрд грн, що на 25% більше, ніж у 2016 році (1,2 млрд грн);

– операційний прибуток товариства виріс удвічі – до 89,4 млн грн;

– товариство завершило 2017 рік із чистим прибутком 42,6 млн грн, що у 3,2 рази більше, ніж в 2016 році (13,2 млн грн).

Висновки. Отже, після проведеного аналізу показників комерційної діяльності, які характеризують ефективність використання основних, оборотних фондів і трудових ресурсів товариства, варто зазначити, що підприємства молочної галузі в умовах скорочення дійного поголів'я та недоотримання необхідної сировини можуть здійснювати успішну виробничо-комерційну діяльність зі зростанням чистого прибутку загалом. Умовами цього є інвестування грошових коштів у реконструкцію, покращення виробничих потужностей, встановлення надійного та ефективного обладнання, кооперування з надійними постачальниками (фермерські господарства). Зокрема, важливу роль у розширенні меж дистрибуції регіонального виробника молочної продукції до національних зайняла побудова сильного бренду з використанням інструментів партизанського маркетингу. В наступних дослідженнях пропонуємо розглядати тенденції впливу маркетингових заходів на ефективність виробничо-комерційної діяльності підприємств молочної галузі України.

Література

1. Черкашина М. В. Стратегічне управління процесом забезпечення ефективності комерційної діяльності підприємства / М. В. Черкашина // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2018. – № 62. – С. 355–361.
2. Бабух І. Б. Теоретичні підходи до аналізу комерційної діяльності та управління нею / І. Б. Бабух // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – Вип. 10(1). – С. 23–26.
3. Уткіна Ю. М. Чинники забезпечення економічної ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємства / Ю. М. Уткіна, Р. Г. Веретельник // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2015. – Вип. 50. – С. 273–277.
4. Солоненко Р. Л. Роль та ефективність міжнародної комерційної діяльності вітчизняних підприємств – виробників продуктів харчування / Р. Л. Солоненко // Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2015. – Вип. 20. – С. 399–406.
5. Приватне акціонерне товариство «Тернопільський молокозавод» // Smida : інтернет-портал. Бази даних [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.smida.gov.ua/db/participant/00447729
6. Канцуров О. О. Оцінка рівня трансакційних витрат економіки за даними бухгалтерського обліку / О. О. Канцуров // Ефективна економіка. – 2014. – № 11.

References

1. Cherkashyna M. V. Stratehichne upravlinnia protsesom zabezpechennia efektyvnosti komertsii noi diialnosti pidpriemstva / M. V. Cherkashyna // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. – 2018. – № 62. – S. 355–361.
2. Babukh I. B. Teoretychni pidkhody do analizu komertsii noi diialnosti ta upravlinnia neiu / I. B. Babukh // Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnogo universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo. – 2016. – Vyp. 10(1). – S. 23–26.
3. Utkina Yu. M. Chynnyky zabezpechennia ekonomichnoi efektyvnosti vyrobnycho-komertsii noi diialnosti pidpriemstva / Yu. M. Utkina, R. H. Veretelnik // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. – 2015. – Vyp. 50. – S. 273–277.
4. Solonenko R. L. Rol ta efektyvnist mizhnarodnoi komertsii noi diialnosti vitchyznianskykh pidpriemstv – vyrobnykiv produktiv kharchuvannia / R. L. Solonenko // Visnyk studentskoho naukovo ho tovarystva «VATRA» Vinnytskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu KNTEU. – Vinnytsia : Vydavnycho-redaktsiinyi viddil VTEI KNTEU, 2015. – Vyp. 20. – S. 399–406.
5. Pryvatne aktsionerne tovarystvo «Ternopilskyi molokozavod» // Smida : internet-portal. Bazy danykh [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : www.smida.gov.ua/db/participant/00447729
6. Kantsurov O. O. Otsinka rivnia transaktsiinykh vytrat ekonomiky za danymy bukhhalterskoho obliku / O. O. Kantsurov // Efektyvna ekonomika. – 2014. – № 11.