

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Т. А. Ткаченко, аспірант

Уманський національний університет садівництва

У статті, визначивши сутність збутової діяльності, проаналізовано методичні підходи до оцінки ефективності управління збутовою діяльністю аграрних підприємств та доцільність її проведення. Запропоновано послідовність оцінки ефективності управління збутовою діяльністю аграрного підприємства.

Ключові слова: збут, збутова діяльність, оцінка ефективності управління збутовою діяльністю.

Постановка проблеми. Нині в умовах розвитку ринкових відносин виникає потреба у вдосконаленні методичних підходів до управління збутовою діяльністю сільськогосподарських підприємств через застосування маркетингових концепцій. Одним з напрямків ефективного використання методів управління є маркетинговий підхід, який передбачає формування і здійснення збутової діяльності аграрних формувань, орієнтованих на споживача. Перед останніми постає необхідність формування цілісної системи підходів до управління збутовою діяльністю.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Принципи здійснення ефективної збутової діяльності сільськогосподарських підприємств знайшли своє відображення в наукових працях багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів: Р. Акоффа, А. Войчак, Є. Голубкова, М. Еріашвілі, М. Єрмошенко, Ф. Котлера, Л. Мороз, В. Похабова, Б. Соловійова, Ю. Ципкіна [1, с. 47]. В той же час недостатньо приділено уваги методичним підходам оцінки ефективності збутової діяльності сільськогосподарських підприємств.

Метою статті є визначення методичних підходів до оцінки ефективності управління збутовою діяльністю аграрних підприємств для контролю виконання функцій всієї системи збуту.

© Ткаченко Т.А., 2014

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління збутом слід здійснювати з урахуванням загальних завдань аграрної сфери: розподілу управлінських функцій, розвитку нових форм аграрного підприємництва, відмови від монопольного управління та організації агросфери, підвищення ефективності збутової діяльності. Слід зазначити, що питання управління збутовою діяльністю підприємств досить неоднозначно висвітлюється економічною наукою, особливо це стосується методології і функціонування системи управління збутом та формування системи оцінювання показників її результативності.

Управління збутовою діяльністю є відкритою системою, яка формується у процесі взаємодії із «зовнішнім середовищем». Акцентується увага на реакції щодо впливу «зовнішнього середовища», при цьому враховуються особливості, які забезпечують відносну стійкість та адаптивність функціонування. Ефективність збутової системи поєднується з нарощуванням обсягів реалізації продукції (табл. 1).

З даних табл. 1 видно, що по Україні за всіма напрямками обсяг реалізації зернових культур за досліджуваний період зріс на **21 %**, олійних культур – **68,3%**, проте обсяг реалізації цукрових буряків зменшився на **10,1%**. У **2013** р. худоби та птиці (в живій вазі) реалізовано на **34,8%** більше, ніж у **2009** р. За досліджуваний період спостерігається зменшення обсягів реалізації великої рогатої худоби на **4,6%**, а свиней та птиці – збільшення на **64,6** і **35,2%** відповідно. Збільшення обсягу реалізації свідчить про підвищення ефективності збутової системи у відповідних галузях сільського господарства.

Ефективність проведення збутової діяльності полягає у задоволенні потреб споживачів, для цього недостатньо виготовити товар, який потрібен споживачеві, необхідно ще й продумати ефективну цінову політику. Поряд з цим, ріст цін на продукцію (табл. 2) ще не свідчить про збільшення реальних доходів товаровиробників.

Таблиця 1

Динаміка обсягів реалізації сільськогосподарської продукції за всіма напрямками по Україні, тис. т [2]

Найменування продукції	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2013 р. до 2009 р., %
Зернові культури	31686,3	23661,7	28609,0	33668,8	38344,6	121,0
Олійні культури	7239,2	7756,7	7907,5	10784,8	12186,2	168,3
Цукрові буряки	3475,8	5175,6	6992,9	6512,0	3124,8	89,9
Худоба та птиця (в живій вазі)	1448,4	1586,8	1686,5	1736,4	1953,0	134,8
у т.ч. : велика рогата худоба	218,3	209,5	185,6	185,0	208,4	95,5
свині	284,1	348,3	415,4	416,6	467,5	164,6
птиця	940,2	1023,1	1080,0	1129,0	1271,6	135,2

Таблиця 2

Середні ціни реалізації сільськогосподарської продукції в Україні, грн/т [2]

Найменування продукції	2012 р.	2013 р.	2013 р. до 2012 р., %
Зернові культури	1299,8	1547,1	119,0
Олійні культури	3087,5	3584,0	116,1
Цукрові буряки	397,8	426,8	107,3
Худоба та птиця (в живій вазі)	12901,3	13456,9	104,3
у т.ч. :			
велика рогата худоба	10748,8	12556,4	116,8
свині	15836,7	16144,5	101,9
птиця	12172,7	12614,8	103,6

Порівняно з 2012 р. ціни на зернові культури зросли на 19%, олійні культури – 16,1%, цукрові буряки – 7,3%, худобу та птицю (в живій вазі) – 4,3%, у тому числі велику рогату худобу – 16,8%, свині – 1,9%, птицю – 3,6%. Визначення ціни на сільськогосподарську продукцію ґрунтується на рівні собівартості, якості та взаємозамінності, попиту та пропозиції.

У сучасних умовах господарювання необхідністю є систематичне проведення оцінки ефективності управління збутовою діяльністю, що дозволить своєчасно виявити проблеми

і розробити заходи щодо їх усунення. Оцінка ефективності збутової діяльності має на меті: обґрунтування ефективності управління збутовою діяльністю, а саме – вибір оптимального варіанту та визначення кінцевої ефективності збутової діяльності впродовж певного проміжку часу враховуючи досягнуті результати [3, с. 40].

Ю.В. Огерчук та Н.М. Гудзенко визначають, що такі складові збутової системи, як структура збутової організації й управління збутом за допомогою логістичних систем, є елементами управління збутовою діяльністю, а управління збутом залежить від потенціалу підприємства та обраної ним збутової політики – сукупності збутових стратегій і комплексу заходів з формування асортименту товарної продукції та ціноутворення, стимулювання збуту, укладання договорів, транспортування та інших аспектів збуту [4, 5].

Ф. Важинський, А. Ноджак та А. Колодійчук пропонують для оцінки ефективності управління збутовою діяльністю сільськогосподарських підприємств використовувати таку систему показників:

- зростання обсягу збуту;
- зростання доходу від реалізації;
- зміна рівня рентабельності продажу;
- визначення середнього значення показників ефективності реалізації продукції [6, с. 122].

Далі проаналізуємо ефективність діяльності аграрних підприємств України (табл. 3).

Протягом досліджуваного періоду спостерігається зростання показників собівартості, доходу від реалізації та рівня рентабельності. За даними табл. 3, повна собівартість сільськогосподарської продукції у 2012 р. зросла у 2,4 рази і становила 98693 млн грн, а в середньому за досліджуваний період – 65044 млн грн. Подібна ситуація спостерігається з доходом від реалізації, який за період 2008-2012 рр. зріс на 72725,8 млн. грн. (за середнього рівня – 78135,6 млн грн), що і пояснює збільшення рівня рентабельності на 7,1 п. Дохід від реалізації продукції рослинництва у 2012 р. збільшився на 181,5 %, що в середньому складає 59133,8 млн грн, собівар-

тість зросла на 175,4 %, рівень рентабельності – на 2,7 п. На кінець досліджуваного періоду чистий дохід від реалізації продукції тваринництва становив 25324,6 млн грн (за середнього рівня 19001,7 млн грн), повна собівартість – 22155,1 млн грн, рівень рентабельності – 14,3 %.

Таблиця 3

Результати оцінки ефективності збутової діяльності сільськогосподарських підприємств України, млн грн [7]

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	у середньо-му, за 2008-2012 рр.	2012 р. до 2008 р., %
Продукція сільського господарства:							
повна собівартість	40704,4	51685,9	60382,8	73754,2	98693,0	65044,0	242,4
чистий дохід (виручка) від реалізації	46166,5	58805,9	73133,3	93680,2	118892,3	78135,6	257,5
рівень рентабельності (збитковості), %	13,4	13,8	21,1	27,0	20,5	19,1	7,1 п.
Продукція рослинництва:							
повна собівартість	27792,4	37448,1	42674,5	53703,1	76537,9	47631,2	275,4
чистий дохід (виручка) від реалізації	33243,1	43782,4	54050,4	71025,8	93567,7	59133,8	281,5
рівень рентабельності (збитковості), %	19,6	16,9	26,7	32,3	22,3	23,6	2,7 п.
Продукція тваринництва:							
повна собівартість	12912,0	14237,8	17708,3	20051,1	22155,1	17412,8	171,6
чистий дохід (виручка) від реалізації	12923,4	15023,5	19082,9	22654,4	25324,6	19001,7	196
рівень рентабельності (збитковості), %	0,1	5,5	7,8	13,0	14,3	8,1	14,2 п.

Оцінка ефективності всіх заходів, пов'язаних з доведенням продукції до споживачів, є одним із найважливіших напрямів удосконалення управління збутовою діяльністю аграрних формувань. На основі аналізу методичних підходів науковців

можна прийти до висновку, що єдиної загальноприйнятої системи оцінювання ефективності збутової діяльності не існує, проте в теорії сформована значна кількість показників для контролювання результатів збуту.

Пропонуємо таку послідовність оцінки ефективності управління збутовою діяльністю аграрного підприємства:

- визначити позиції підприємства на ринку;
- дати оцінку ефективності збутових стратегій;
- оцінити економічну ефективність управління збутовою діяльністю;
- проаналізувати ступень досягнення цілей у сфері маркетингу.

Все вище сказане може слугувати чітким планом дій під час контролю за ефективністю управління збутовою діяльністю не лише сільськогосподарських підприємств, а й фірм та організацій різного спрямування, враховуючи їх особливості.

Висновки. Внаслідок неефективного управління збутовою діяльністю, особливо на пізніх стадіях життєвого циклу, відбувається зниження рівня прихильності споживачів до продукції, виробленої аграрними підприємствами. Щоб цього уникнути необхідний постійний контроль за виконанням всіх функцій збутової системи підприємства (виробничих, організаційних та управлінських). Оцінка ефективності управління збутом вимагає більш чітких та конкретних заходів, а результати оцінки повинні бути точними. Крім того, використання різноманітних методичних підходів щодо оцінки управління збутовою діяльністю дозволяє оцінити, наскільки ефективно ведеться збутова діяльність на підприємстві, доцільність впровадження тих чи інших збутових заходів, а також обґрунтувати їх значення для діяльності підприємства в цілому. Розрахунок показників результативності системи реалізації дозволить приймати правильні рішення щодо підвищення рівня ефективності і якості збутової діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Артимонова І.В. Методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності аграрних підприємств / І.В. Артимонова // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — № 5 (107). — С. 46 — 51.
2. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2013 рік. Статистичний бюлетень — К.: Державна служба статистики України, 2014.
3. Герасим'як Н.В. Теоретико-методичні підходи до оцінки ефективності маркетингових заходів промислового підприємства / Н.В. Герасим'як // Економічний часопис ХХІ. — 2012. — № 5 — 6. — С. 40 — 43.
4. Огерчук Ю.В. Аналіз організування збутової діяльності вітчизняних виробників кави / Ю.В. Огерчук // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». — 2003. — № 484. — С. 335 — 341.
5. Гудзенко Н.М. Роль обліку збуту для забезпечення контролю процесу реалізації / Н.М. Гудзенко // Науковий вісник Національного аграрного університету. — 2002. — Вип. 56. — С. 263 — 265.
6. Важинський Ф.А. Оцінка ефективності управління системою збуту машинобудівних підприємств / Ф.А. Важинський, Л.С. Ноджак, А.В. Колодійчук // Економіка промисловості. — 2010. — № 1. — С. 119 — 122.
7. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах за 2012 р. Статистичний бюлетень. — К. : Державний комітет статистики України, 2013.

Т.А. Ткаченко. Методические подходы к оценке эффективности управления сбытовой деятельностью аграрных предприятий.

В статье, определена сущность сбытовой деятельности, проанализированы методические подходы к оценке эффективности управления сбытовой деятельностью аграрных предприятий и целесообразности ее проведения. Предложена последовательность оценки эффективности управления сбытовой деятельностью аграрного предприятия.

T Tkachenko. Methodological approaches of evaluating the effectiveness of sales management of agrarian enterprises.

The author explores the issues of agricultural sales management in Ukraine. The global competitive positions of country's agriculture depend on the efficiency of marketing of agrarian commodities in Ukraine. The aim of the article is to define the methodological approaches of evaluation of the sales management performance for agrarian enterprises.