

УДК. 65.012.12:338.12:338.45  
JEL Classification C13, C82, M41

**Яшкіна Наталія**

к.т.н., доцент кафедри менеджменту та фінансів  
Державний ВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»  
м. Дніпро, Україна  
E-mail: natayashk@gmail.com

## ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### **Анотація**

**Вступ.** Теоретичні та практичні аспекти оцінювання ефективності збутової діяльності підприємства є основним інструментом управління господарською діяльністю підприємства, що підтверджує актуальність дослідження та вимагає з'ясування факторів, що суттєво впливають на обсяги реалізації продукції

**Методи.** В дослідженні були використані загальнонаукові та спеціальні методи системно-структурного аналізу і синтезу – для виявлення взаємопов'язаних складових збутової діяльності та кореляційно-регресійного аналізу – для з'ясування щільності кореляційного зв'язку між виручкою від реалізації та середньою вартістю товарних запасів.

**Результати.** Виявлено фактори, що впливають на ефективність діяльності суб'єкта господарювання, серед яких особливе місце належить збутовій діяльності. З'ясовано, що до показників оцінювання ефективності збутової діяльності доцільно віднести обсяг збуту, рентабельність продукції, середню вартість товарних запасів, коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів, товарооборотність та частку нереалізованої продукції у вартості товарної маси. Здійснено практичну апробацію теоретичних основ оцінювання ефективності збутової діяльності, що базується на результатах господарської діяльності великого підприємства галузі машинобудування. При цьому аналіз довів невисокі результати ефективності збутової діяльності, але цей факт не заважає підприємству отримувати прибутки та мати стабільний прибуток від збуту продукції. Проведений кореляційний аналіз виявив наявність істотного зв'язку між виручкою від реалізації та середньою вартістю товарних запасів, доведено, що варіація виручки від реалізації на 78,6 % залежить від варіації середньої вартості товарних запасів і на 21,4 % від інших факторів.

**Перспективи.** Отримані результати мають бути враховані при формуванні збутової політики будь якими промисловими і виробничими підприємствами України, оскільки сучасні акценти політики просування неправомірно зміщені лише у бік дослідження ринкової кон'юнктури, попиту, конкуренції. Але при цьому управління залишками має значний вплив на дохід від реалізації, що вимагає формування у подальшому заходів, спрямованих на оптимізацію саме товарних запасів.

**Ключові слова:** збутова політика, збутова діяльність, результати господарської діяльності, оцінка ефективності, кореляційний зв'язок, товарні запаси.

### **Вступ.**

Економічні реалії сьогодення визначають головну складову функціонування суб'єктів господарювання – результат від діяльності та швидкий подальший розвиток. Така ситуація склалася через неабияке загострення конкуренції на ринках збуту між підприємствами, підвищення витрат на розвиток їх діяльності, зростання вимог споживачів щодо високої якості обслуговування клієнтів. Тому все більш важливою стає проблема якості та ефективності діяльності збутової системи на підприємстві.

Виробництво та реалізація продукції є найважливішим завданням для досягнення мети підприємства. Кінцевим результатом виробництва є обсяг продукції для реалізації, а результатом реалізації – обсяг продукції, яка затребувана кінцевим споживачем.

### **Аналіз останніх досліджень та публікацій.**

Дослідженню проблем збутової діяльності підприємств приділено чимало наукових робіт

сучасних вітчизняних та закордонних вчених. У наукових працях Н.В. Іваночко [1], С.А. Латкіної [2], К.В. Москаленко [3], С.Ф. Саннікової [4], І.В. Спільник [5], І.О. Тисячук [6], В.Ю. Халіної [7] та М.І. Іванової [8] висвітлено теоретичні аспекти та практичні рекомендації оцінювання ефективності збутової діяльності.

#### **Мета.**

Незважаючи на наявність значної кількості публікацій присвячених дослідженню питань просування готової продукції, оцінювання ефективності організації збутової діяльності, залишаються недостатньо дослідженими показники, що найбільш повно характеризують особливості організації збутової діяльності на підприємстві; особливої уваги потребує з'ясування факторів, які впливають на обсяги збуту.

#### **Методологія дослідження.**

При дослідженні факторів, що впливають на ефективність діяльності суб'єкта господарювання, найбільш вагомим вважається рівень організації збутової діяльності [5].

При аналізі ефективності управління збутовою діяльністю на підприємстві досліджується відповідність отриманих результатів щодо встановлених цілей, стратегій та наявної збутової політики. До того ж ефективність збутової діяльності залежить від ринків збуту та впливає на обсяги продажу, середній рівень цін, дохід від реалізації продукції й безпосередньо пов'язана з наявною структурою управління.

Погоджуємося, що поняття «збутова політика» визначається як деякий комплекс методів, принципів та заходів, що використовує топ-менеджмент при управлінні збутом з метою підвищення обсягів продажів у межах визначених ринків [7].

Аналіз ефективності системи збуту передбачає розрахунок показників та врахування факторів, що впливають на відхилення планових показників реалізації продукції від фактичних.

При кількісному оцінюванні ефективності збуту суб'єкта господарювання доцільно розраховувати такі показники [6]:

- обсяг збуту (чистий дохід від реалізації продукції);
- рентабельність продукції (відношення чистого прибутку від реалізації до собівартості продукції);
- середня вартість товарних запасів (середнє арифметичне вартості товарних запасів на початок і на кінець періоду);
- коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів (відношення обсягу збуту до середньої вартості товарних запасів);
- товарооборотність (відношення кількості днів у періоді (рік) до коефіцієнта інтенсивності оборотності товарних запасів);
- частка нереалізованої (реалізованої) продукції у вартості товарної маси (відношення собівартості нереалізованої (реалізованої) продукції до середньої вартості товарних запасів).

Оцінювання ефективності збутової діяльності підприємства є доволі складним завданням, оскільки кількісний ефект не завжди можна обчислити, тому що працівники відділів маркетингу та збуту не виробляють продукцію, але забезпечують її просування на нові ринки [4].

Розробкою збутової політики будь-якого суб'єкта господарювання займаються керівники відділів збуту та маркетингу. Її наповнення та спрямування необхідно визначати безпосередньо з урахуванням загальної стратегії підприємства та проведених управлінських досліджень з виробничо-збутової діяльності із залученням працівників відділів збуту [3].

За допомогою найсучасніших програм та технологій управління бізнес-процесами збирається та аналізується інформація про потенційного клієнта, що дозволяє використовувати її для взаємовигідного співробітництва в майбутньому [2]. Оскільки збут є необхідним елементом комплексу маркетингу, ефективність діяльності підприємства на діючому ринку, насамперед,

залежить від ефективності управління збутовою політикою. Чим досконаліше вона розроблена, тим стійкіша позиція підприємства [1].

М.І. Іванова у [8] вважає, що для вирішення завдань, пов'язаних із збутом, мають прийматися рішення довгострокового і короткострокового характеру, що стосуються: дослідження ринків збуту; прогнозування попиту; вибору каналів розподілу; формування асортиментного портфеля; усунення конфліктів та налагодження співпраці між учасниками розподілу.

### Результати.

Розглянувши теоретичні засади формування збутової політики і оцінювання ефективності збуту, проведемо практичну апробацію отриманих результатів на прикладі показників господарської діяльності провідного підприємства галузі машинобудування ПАТ «Дніпроважмаш» (табл. 1) [9].

Таблиця 1

Динаміка показників господарської діяльності ПАТ «Дніпроважмаш»\*

Показники	Рік					Темп зміни (ланцюго-вих) 2017/2016,%
	2013	2014	2015	2016	2017	
Дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн.	788640,00	919977,00	861616,00	670524,00	611030,00	91,13
Обсяг виробленої продукції, тис. грн.	682097,60	1062419,18	858220,35	645232,01	578494,00	89,66
Коефіцієнт відповідності, %	15,07	15,86	20,15	27,68	40,37	145,85
Середня вартість товарних запасів, тис. грн.	193818,00	175997,50	171705,00	187411,00	180291,50	96,20

\*Джерело: за результатами [9].

Результати табл. 1 доводять, що темп зростання доходу від реалізації продукції вищий за темп зростання обсягу виробленої продукції, що свідчить про зменшення залишків нереалізованої продукції, та вказує на те, що підприємство має хороший показник продажу продукції. Коефіцієнт відповідності між доходом від реалізації продукції та обсягами виробництва зростає та вказує на те, що на підприємстві є узгодженість між виробничою і збутовою підсистемами.

На рис. 1 графічно зображено динаміку виробництва та реалізації виробленої продукції у ПАТ «Дніпроважмаш».



Рис. 1. Динаміка показників господарської діяльності ПАТ «Дніпроважмаш»\*

\*Джерело: за результатами [9].

Кількісні показники ефективності збуту представлені у табл. 2. Результати розрахунків табл. 2 доводять, що рентабельність продукції та коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів мають негативну динаміку, що свідчить про низьку ефективність збутової діяльності. Значення показника товарооборотності характеризує час, протягом якого товарні запаси знаходяться у сфері обігу. Так, у 2017 р. тривалість обігу запасів підприємства становила 4055 днів, що на 1248 днів більше ніж у 2016 р. Частка нереалізованої продукції у вартості товарної маси протягом 2013-2017 рр. мала значні коливання, та у 2017 році набула значення 3,22%.

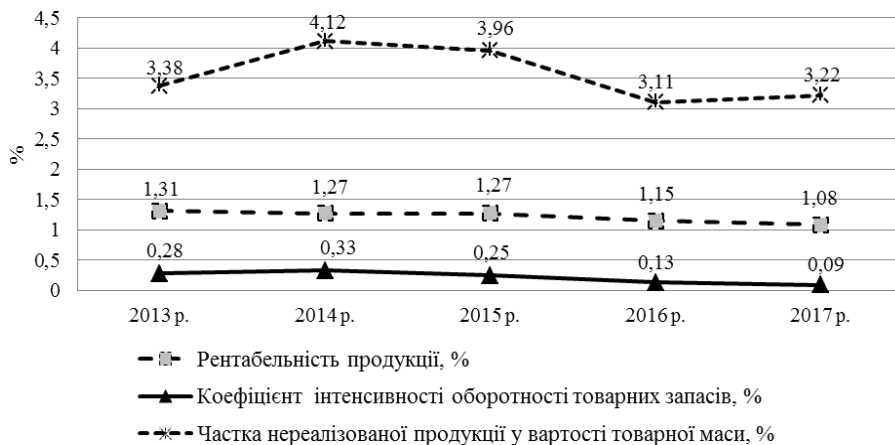
Таблиця 2

**Коефіцієнти, що характеризують ефективність збутової діяльності ПАТ «Дніпроважмаш» у 2013–2017 рр.**

Коефіцієнти	Рік					Динаміка 2017/2016
	2013	2014	2015	2016	2017	
Рентабельність продукції, %	1,31	1,27	1,27	1,15	1,08	-0,07
Коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів	0,28	0,33	0,25	0,13	0,09	-0,04
Товарооборотність, дні	1303	1106	1460	2807	4055	1248
Частка нереалізованої продукції у вартості товарної маси, %	3,38	4,12	3,96	3,11	3,22	0,11

\*Джерело: за результатами [9]

Рис. 2 демонструє динаміку показників ефективності збутової діяльності підприємства.



**Рис. 2. Динаміка коефіцієнтів ефективності збутової діяльності ПАТ «Дніпроважмаш» у 2013–2017 рр.\***

\*Джерело: за результатами [9]

При розрахунках коефіцієнтів ефективності збутової діяльності доцільно встановити кореляційний зв'язок між вихідними показниками (див. табл. 1), що формують ці коефіцієнти за допомогою рівняння регресії, яке характеризує зміну середнього рівня ознаки  $Y$  (виручка від реалізації продукції) залежно від зміни факторної ознаки  $x$  (середня вартість товарних запасів) і має вигляд для лінійної функції:

$$Y = a + bx \tag{1}$$

Параметри рівняння  $a$  і  $b$  визначають способом найменших квадратів розв'язаної системи двох рівнянь з двома невідомими:

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x - \sum y}{n \sum x^2 - \sum x \sum x},$$
$$a = yc - bxc,$$
{ (2)

де  $n$  – число членів ряду.

Відтак,  $b = 4,16866$ ,  $a = 8791,79$ .

Лінійне рівняння регресії матиме вигляд:  $Y = 8791,79 + 4,16866x$ .

Достовірність отриманого результату перевіряється за допомогою загальної дисперсії, яка розраховується за формулою (3):

$$\sigma_0^2 = \frac{\sum (y - y_c)^2}{n}.$$
 (3)

$$\sigma_0^2 = 56223121342.$$

Залишкова дисперсія розраховується за формулою (4):

$$\sigma_e^2 = \frac{\sum (y - Y)^2}{n}.$$
 (4)

$$\sigma_e^2 = 17533635016.$$

Факторна дисперсія розраховується, у свою чергу, за формулою (5):

$$\delta_y^2 = \sigma_0^2 - \sigma_e^2$$
 (5)

$$\delta_y^2 = 44191373375.$$

Коефіцієнт детермінації – відношення факторної дисперсії до загальної:

$$R^2 = \frac{\delta_y^2}{\sigma_0^2}$$
 (6)

$$R^2 = 44191373375 / 56223121342 = 0,786.$$

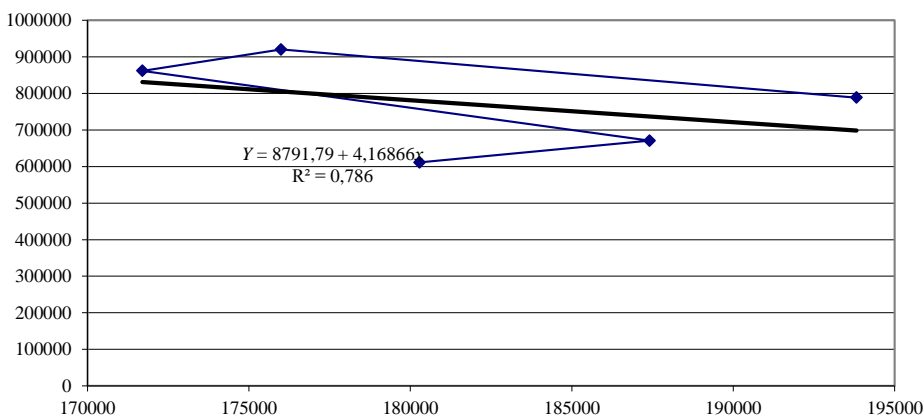
Коефіцієнт детермінації показує, що варіація виручки від реалізації на 78,6 % залежить від варіації середньої вартості товарних запасів і на 21,4 % від інших факторів.

Індекс кореляції ( $R$ ) знаходиться як корінь квадратний з коефіцієнта детермінації та дорівнює 0,887.

Перевірка істотності кореляційного зв'язку ґрунтується на порівнянні фактичних значень коефіцієнта детермінації з критичними, які могли б виникнути за відсутності зв'язку. Якщо фактичне значення перевищує критичне, то зв'язок між ознаками не випадковий. Критичне значення для рівня істотності  $\alpha=0,05$  і відповідного числа ступенів свободи для факторної дисперсії  $K_1 = m - 1 = 2 - 1 = 1$  і залишкової  $K_2 = n - m = 5 - 2 = 3$  за табличними даними становить  $R^2_{0,95(1,3)} = 0,77$ , що менше фактичного. Таким чином з імовірністю 0,95 підтверджується істотність зв'язку між виручкою від реалізації та середньою вартістю товарних запасів.

Рис. 3 підтверджує отримані результати і доводить доцільність формування дієвих заходів щодо управління залишками при управлінні збутовою діяльністю.

Отримані результати мають бути враховані при формуванні збутової політики не лише ПАТ «Дніпроважмаш», але й іншими промисловими і виробничими підприємствами України, оскільки сучасні акценти політики просування неправомірно зміщені лише у бік дослідження ринкової кон'юнктури, попиту, конкуренції. Але при цьому управління залишками має значний вплив на дохід від реалізації, що вимагає формування у подальшому заходів, спрямованих на оптимізацію саме товарних запасів.



**Рис. 3. Залежність виручки від реалізації від середньої вартості товарних запасів ПАТ «Дніпроважмаш»\***

\*Джерело: за результатами [9].

### Висновки і перспективи.

Під час проведення теоретичного дослідження виділено фактори, що впливають на ефективність діяльності суб'єкта господарювання. Серед цих факторів особливе місце належить збутовій діяльності. При цьому до показників оцінювання ефективності збутової діяльності доцільно віднести обсяг збуту, рентабельність продукції, середню вартість товарних запасів, коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів, товарооборотність та частку нереалізованої продукції у вартості товарної маси. Практичну апробацію було проведено за результатами діяльності провідного підприємства галузі машинобудування. Аналіз довів невисокі результати ефективності збутової діяльності ПАТ «Дніпроважмаш», але цей факт не заважає підприємству отримувати прибутки та мати стабільний прибуток від збуту продукції.

Проведений кореляційний аналіз виявив наявність істотного зв'язку між виручкою від реалізації та середньою вартістю товарних запасів, доведено, що варіація виручки від реалізації на 78,6 % залежить від варіації середньої вартості товарних запасів і на 21,4 % від інших факторів.

Отримані результати мають бути враховані при формуванні збутової політики не лише ПАТ «Дніпроважмаш», але й іншими промисловими і виробничими підприємствами України, оскільки сучасні акценти політики просування неправомірно зміщені лише у бік дослідження ринкової кон'юнктури, попиту, конкуренції. Але при цьому управління залишками має значний вплив на дохід від реалізації, що вимагає формування у подальшому заходів, спрямованих на оптимізацію саме товарних запасів.

Задля вдосконалення збутової діяльності ПАТ «Дніпроважмаш» бажано розробляти план дій, що дозволить отримувати максимальні прибутки. Досліджені вище теоретичні засади та практичні аспекти аналізу ефективності збутової політики підприємства є потрібними і надзвичайно важливими для успішного обґрунтування в майбутньому його перспективної збутової діяльності.

### Список використаних джерел

1. Іваночко Н. В. Особливості формування механізму управління збутовою діяльністю підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. № 18. С. 214–218.
2. Латкіна С. А., Тябус А. А. Шляхи підвищення ефективності збутової діяльності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Вип. 8. Ч. 1. С. 132–134.
3. Москаленко К. В. Формування ефективної збутової політики підприємств олійно-жирової промисловості. *Ефективна економіка*. 2016. № 10. URL :

[http://tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2015\\_31/zb31\\_10.pdf](http://tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2015_31/zb31_10.pdf). (дата звернення: 02.05.2018 р.)

4. Обозна В.В. Методичні аспекти оцінки ефективності управління збутовою діяльністю на сільськогосподарських підприємствах. *Бізнес-навігатор*. 2017. Випуск 2 (41). С. 49–55.

5. Саннікова С.Ф., Іванова М.В. Аналіз збутової діяльності підприємства на основі оцінки ефективності витрат на збут. *Економічний простір*. 2017. № 117. С. 192–203.

6. Спільник І.В., Загородна О.М. Аналіз ефективності збутової діяльності підприємства. *Економічний аналіз*. 2016. Т. 24. № 2. С. 130–140.

7. Халіна В.Ю., Корсунський Г.Ю. Місце системи збуту у маркетинговій діяльності підприємства. *Молодий вчений*. 2017 № 4.4 (44.4) С. 116–119.

8. Іванова М.І. Логістичні методи формування асортиментного портфелю в рамках збутової логістики. *Культура народів Причорномор'я*. 2011. № 214. С. 25–30.

9. Річний звіт емітента ПАТ «Дніпроважмаш» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://smida.gov.ua/db/participant/00168076>

Статтю отримано: 04.05.2018 / Рецензування 05.06.2018 / Прийнято до друку: 08.06.2018

**Natalia Yashkina**

PhD in Engineering, Associate Professor  
Department of Management and Finance  
Ukrainian State University of Chemical Technology  
Dnipro, Ukraine  
E-mail: natayashk@gmail.com

## THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF EVALUATION OF THE ENTERPRISE MARKETING ACTIVITY EFFICIENCY

### Abstract

**Introduction.** Theoretical and practical aspects for evaluating the efficiency of sales activities of the enterprise are the main tool for managing the economic activity of the enterprise, which confirms the relevance of the research and requires the identification of factors that significantly affect the volume of selling products.

**Methods.** General scientific and special methods of system's and structural analysis and synthesis have been used in this study for the identification of interconnected components of sales activities, correlation and regression analysis has been used to determine the correlation between the proceeds from sales and the average inventory cost.

**Results.** Theoretical research revealed the factors influencing the efficiency of a business entity, among which a special place belongs to sales activities. It is shown that the indicators for evaluation of the sales activity efficiency should include sales, profitability of production, average cost of inventories, the rate of inventory turnover, turnover and the proportion of unsold products in the value of the commodity mass. The practical testing of the theoretical principles for the sales activities efficiency estimation, based on the results of the economic activity of a large engineering enterprise, is carried out. In this case, the analysis showed low results of the sales activity, but this fact does not prevent the enterprise from making profit and having a stable profit from the sales of products. The correlation analysis revealed a significant correlation between the sales proceeds and the average cost of inventory; it is proved that the variation of sales proceeds depends by 78.6 % on the variation in the average inventory cost and by 21.4 % on other factors.

**Discussion.** The results obtained should be taken into account in the formation of sales policies by any industrial and manufacturing enterprises in Ukraine, since the current emphasis of the sales promotion policy is wrongly shifted only toward the study of market conditions, demand, and competition. However, the management of the inventory balance has a significant impact on the proceeds from sales, which requires the further formation of measures aimed at optimizing the inventory.

**Keywords:** sales policy, sales activity, results of economic activity, efficiency estimation, correlation connection, inventory.

### References

1. Ivanochko, N.V. (2017). Osoblyvosti formuvannya mekhanizmu upravlinnia zbutovoiu dial'nistiu pidpryemstva [Features of forming a mechanism for managing sales activities of the enterprise]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpryemstvamy* [Economics and Enterprise Management], 18, 214–218.

2. Latkina, S.A., & Tiabus, A.A. (2016). Shliakhy pidvyschennia efektyvnosti zbutovoi diialnosti pidpriemstva [Ways to increase the efficiency of sales activities of the enterprise]. *Naukovyj visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu* [Scientific herald of Uzhgorod National University], 8, 1, 132–134.
3. Moskalenko, K.V. (2016). Formuvannia efektyvnoi zbutovoi polityky pidpriemstv olijno-zhyrovoi promyslovosti [Formation of effective marketing policy of enterprises of the oil and fat industry]. *Efektyvna ekonomika* [Effective economy], 10. *tpe.econom.univ.kiev.ua*. Retrieved from: [http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2015\\_31/z31\\_10.pdf](http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2015_31/z31_10.pdf).
4. Obozna, V.V. (2017). Metodichni aspekty otsinky efektyvnosti upravlinnia zbutovoiu diial'nistiu na silskohospodarskykh pidpriemstvakh [Methodological aspects of the assessment of the efficiency of management of marketing activities at agricultural enterprises]. *Biznes-navihator* [Business Navigator], 2 (41), 49–55.
5. Sannikova, S.F. & Ivanova, M.V. (2017). Analiz zbutovoi diial'nosti pidpriemstva na osnovi otsinky efektyvnosti vytrat na zbut [Analysis of sales activity of the enterprise on the basis of estimation of efficiency of sales expenses]. *Ekonomichnyj prostir* [Economic space], 117, 192–203.
6. Spilnyk, I.V., & Zahorodna, O.M. (2016). Analiz efektyvnosti zbutovoi diialnosti pidpriemstva [Analysis of sales activity of the enterprise]. *Ekonomichnyj analiz* [Economic analysis], 24, 2, 130–140.
7. Khalina, V.Yu., & Korsunskiy, H.Yu. (2017). Mistse systemy zbutu u marketynhovij diialnosti pidpriemstva [Place of sales system in the marketing activities of the enterprise]. *Molodyj vchenyj* [Young scientist], 4.4 (44.4), 116–119.
8. Ivanova, M.I. (2011). Lohistychni metody formuvannia asortymentnoho portfeliu v ramkakh zbutovoi lohistyky [Logistic methods of assortment portfolio formation in the framework of marketing logistics]. *Kultura narodov Prichernomor'ya* [Culture of the peoples of the Black Sea region], 214, 25–30.
9. Richnyj zvit emitenta PAT «Dniprovazhmash». *smida.gov.ua*. Retrieved from: <https://smida.gov.ua/db/participant/00168076>.

Received: 05.04.2018 / Review 06.05.2017 / Accepted 06.08.2018

