

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-54>

УДК 658.8:614.27

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

EVALUATION OF THE EFFICIENCY OF SALES ACTIVITIES OF PHARMACEUTICAL ENTERPRISES

Гарматюк Олена Валентинівна

аспірант, старший викладач,

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2589-3269>**Garmatiuk Olena**

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

У статті проаналізовано різні методичні підходи до оцінки ефективності збутової діяльності. Визначено, що існуючі підходи до оцінки ефективності збутової діяльності носять розрізнений рекомендаційний характер, тому систематизація основних параметрів оцінки збутової діяльності підприємств дозволить точніше підійти до оцінки управління збутовою діяльністю, враховуючи її результативність. Оцінку ефективності збутової діяльності потрібно проводити систематично. У дослідженні запропоновано використовувати показники загальної ефективності діяльності підприємства, такі як: рівень товарності продукції, частка реалізації в розрахунках, динаміка збутових витрат та собівартості продукції, відповідність темпів виробництва темпам реалізації продукції. Практична значимість результатів дослідження полягає в тому, що запропоновані автором системи показників оцінки ефективності збутової діяльності дозволяють комплексно оцінити ефективність збутової діяльності, враховуючи не тільки наявний стан збутової діяльності.

Ключові слова: збут, збутова діяльність, фармацевтичні підприємства, рівень товарності продукції, збутові витрати, собівартість продукції.

The purpose of the study is to investigate the issue of evaluating the effectiveness of the marketing activities of pharmaceutical enterprises. The modern market economy necessitates continuous improvement of the sales activities of enterprises in order to be competitive. Effectively organized sales activities are an important tool in ensuring the profitability of an enterprise. Therefore, it is necessary to assess the effectiveness of the sales activities of pharmaceutical enterprises. The article analyzes various methodological approaches to assessing the effectiveness of sales activities. It is determined that the existing approaches to assessing the efficiency of sales activities are of a scattered recommendatory nature and are rather ambiguously covered by economic science, so systematization of the main parameters for assessing the sales activities of enterprises will allow a more accurate approach to assessing the management of sales activities, taking into account its effectiveness. The assessment of the effectiveness of sales activities should be carried out systematically, which will allow to assess how effectively the sales activities are carried out at the enterprise, identify problems and develop measures to eliminate them. Effective management of sales activities requires the use of a wide range of methods and approaches to assessing its effectiveness, which make it possible, by comparing its main parameters, to identify those that require additional attention, changes or use as a benchmark for others. The study proposes to use indicators of the overall performance of an enterprise, such as the level of marketability of products, the share of sales in settlements, the dynamics of sales costs and production costs, and the correspondence of production rates to the rates of product sales. The practical significance of the results of the study lies in the fact that the system of indicators for evaluating the effectiveness of marketing activities proposed by the author makes it possible to comprehensively assess the effectiveness of marketing activities, taking into account not only the state of marketing activities.

Keywords: sales, sales activities, pharmaceutical enterprises, level of product marketability, sales costs, production cost.

Постановка проблеми. Збутова діяльність з реалізації продукції є невід'ємною частиною комерційної діяльності фармацев-

тичних підприємств в умовах ринкових відносин. Тому конкурентоспроможність та ефективність функціонування підприємств багато

в чому залежать від того, як раціонально та ефективно організована збутова діяльність. Ефективно організована збутова діяльність є важливим інструментом у забезпеченні рентабельності підприємства. Тому виникає необхідність проведення оцінки ефективності збутової діяльності фармацевтичних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню методів оцінки ефективності збутової діяльності присвячуються наукові дослідження вітчизняних вчених. Зокрема І. В. Спільник [1], В. В. Обозна [2], Т. А. Ткаченко [3], І. А. Абрамович [4], Є. О. Музична [5] досліджують питання оцінки ефективності збутової діяльності підприємств у сучасних умовах господарювання. Водночас у більшості роботах не приділено уваги оцінці ефективності збутової діяльності фармацевтичних підприємств, як соціально значущих суб'єктів господарювання, пов'язаних з виробництвом та реалізацією лікарських засобів.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження питання оцінки ефективності збутової діяльності фармацевтичних підприємств, з метою виявлення резервів підвищення результативності збутової діяльності.

Виклад основного матеріалу. У ринкових умовах підприємствам України необхідно проводити систематичну оцінку збутової діяльності, що дасть змогу оцінити, наскільки ефективно ведеться збутова діяльність на підприємстві, визначити проблеми та розробити заходи щодо їх усунення [1, с. 51].

З метою аналізу результативності збутової діяльності більшість підприємств використовуються показники: прибутковість продажів, обсяг продажів, швидкість обігу товарів. Усі ці показники є відносними. Погоджуємось з думкою Ткаченко Т. А., 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 [2, с. 90].

Існуючі методики оцінки ефективності збутової діяльності мають розрізнений рекомендаційний характер і піддають аналізу лише окремі компоненти, що входять до системи. Систематизація основних параметрів оцінки збутової діяльності фармацевтичних підприємств дозволить точніше підійти до оцінки управління в цілому з точки зору її результативності. Ефективне управління збутовою діяльністю потребує застосування широко

спектра методів та підходів до оцінювання її результативності, що надають можливість шляхом зіставлення основних її параметрів визначати ті, які потребують додаткової уваги, внесення змін або використання як еталона для інших.

На думку Абрамович І. А. аналіз ефективності збутової діяльності, необхідно оцінювати не тільки проводячи розрахунки основних показників, що дають можливість оцінити ефект збуту, але використовувати інші показники, які не відображають саме ефект діяльності підприємства, але й не менш вагомі при оцінці діяльності підприємства. В дослідженні запропоновано використовувати показники оцінки економічного ефекту збуту та показники, що характеризують ефективність збуту опосередковано [3, с. 26].

Музичка Є. О. пропонує показники оцінювання ефективності управління збутовою діяльністю поділити на індикатори ринкових часток та індикатори ефективності збутових витрат підприємств [4, с. 66]. Погоджуємось з думкою автора, ефективність збутових витрат, є одним з показників, який дасть можливість оцінити результативність збутової діяльності.

На нашу думку при оцінці ефективності збутової діяльності фармацевтичних підприємств особливої ваги набувають показники загальної ефективності діяльності підприємства, до групи оціночних показників варто віднести: рівень товарності продукції, частка реалізації в розрахунках, динаміка збутових витрат та собівартості продукції, відповідність темпів виробництва темпам реалізації продукції.

Показник рівня товарності продукції визначає скільки всієї виробленої продукції було реалізовано. Для того щоб з'ясувати рівень товарності продукції досліджуваних підприємств були проведені відповідні розрахунки, динаміка показника проілюстрована на рис. 1.

Аналізуючи дані рис. 1, можна зазначити, що спостерігається зростання рівня товарності продукції у 3-х досліджуваних підприємствах. Найвище зростання показника фіксується у ПрАТ «Лекхім-Харків», так у 2021 р. показник зріс на 0,52 пункти порівняно з 2012 р. Рівень товарності продукції характеризує скільки виробленої продукції було реалізовано. Тому, можна стверджувати, що у ПАТ «Монфарм», ПрАТ «Лекхім-Харків» та ПрАТ «Технолог» показник товарності продукції на доволі високому рівні, також має тенденцію до зростання, що світить про ефективну збутову діяльність даних підприємств. Що стосується рівня

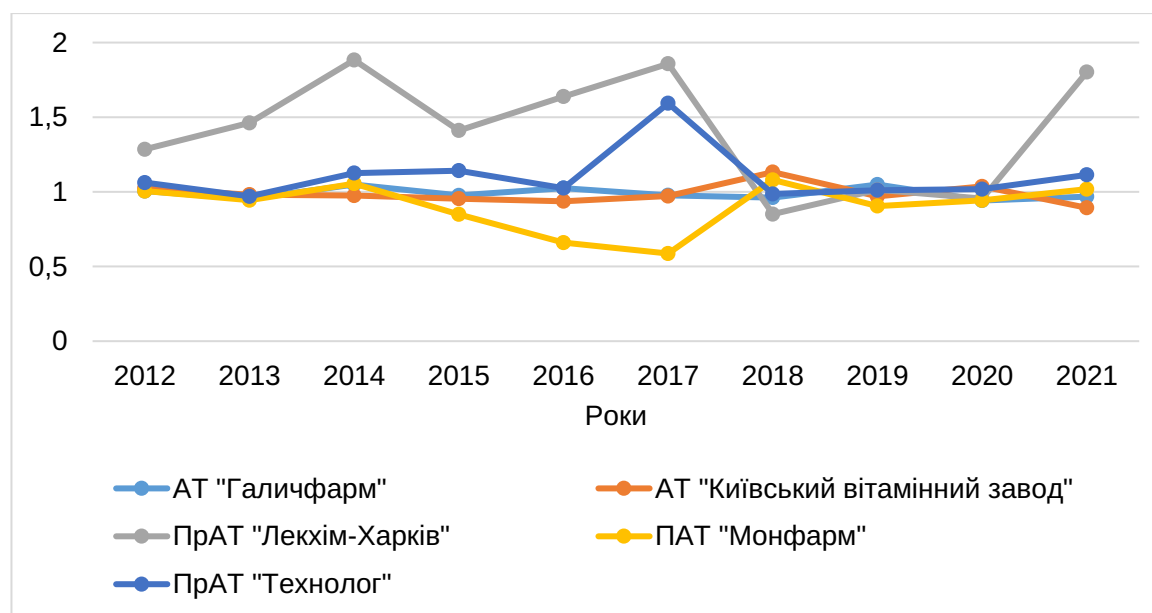


Рис. 1. Динаміка рівня товарності продукції, 2012–2021 рр.

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності фармацевтичних підприємств [7]

товарності продукції в АТ «Галичфарм» та АТ «Київський вітамінний завод», можна зауважити, що в даних підприємствах прослідковується динаміка зменшення показника. Варто зазначити у більшості досліджуваних підприємств рівень товарності на доволі високому рівні.

За даними рис. 2, видно, що найбільшу частку реалізації продукції в розрахунках має АТ «Галичфарм», так у 2021 р. частка становила 53,5%, присутня тенденція зростання частки, відповідно зростання відбулось на 9,25% порівняно з 2012 р. У ПАТ «Монфарм» та ПрАТ «Технолог» також прослідковується динаміка збільшення частки реалізації продукції в розрахунках, так у 2021 р. частка зросла на 3,3% та 9,0% порівняно з 2012 р. Зменшення частки спостерігається у АТ «Київський вітамінний завод» та ПрАТ «Лекхім-Харків», відповідно зменшення відбулось на 6,3% та 5,9% порівняно з 2012 р.

При проведенні оцінки ефективності збутової діяльності доцільно визначити місце збутових витрат у доході від реалізації продукції. Оптимізація ефективності збутових витрат підприємства є необхідною умовою збільшення обсягів реалізації та залучення нових покупців та важливим завданням суб'єкта господарювання є здійснення ефективної збутової діяльності, а також формування конкурентоспроможної організаційної структури як

головного елемента усієї системи управління збутовою діяльністю [5]. Відповідні розрахунки проілюстровані в рис. 3.

Аналізуючи рис. 3, визначено, що протягом аналізованого періоду тенденцію до зниження збутових витрат, яка спостерігається в АТ «Київський вітамінний завод» та ПАТ «Монфарм», це є позитивною динамікою. Динаміка збільшення збутових витрат прослідковується в АТ «Галичфарм», ПрАТ «Лекхім-Харків» та ПрАТ «Технолог».

Так найбільше збільшення на 12 коп. і 1 грн доходу від реалізації продукції зафіксована у ПрАТ «Лекхім-Харків», таке зростання є суттєвим, тому керівництву потрібно замислитись, чи таке зростання є виправданим.

На думку Спільник І. В. показником відповідності темпів виробництва і реалізації може слугувати коефіцієнт реалізації, що є співвідношенням обсягів реалізованої і виробленої продукції за відповідний період часу. Що ближче значення цього коефіцієнта до одиниці, і що стійкішою є така відповідність, то більш синхронною і ритмічною є діяльність виробничої і збутової підсистем підприємства. Невідповідність у темпах зміни різних показників виробництва і реалізації дає можливість виявити певні проблеми у діяльності окремих служб [6, с. 132].

З даних рис. 2 видно, що найбільша відповідність співвідношення обсягів реалізованої і

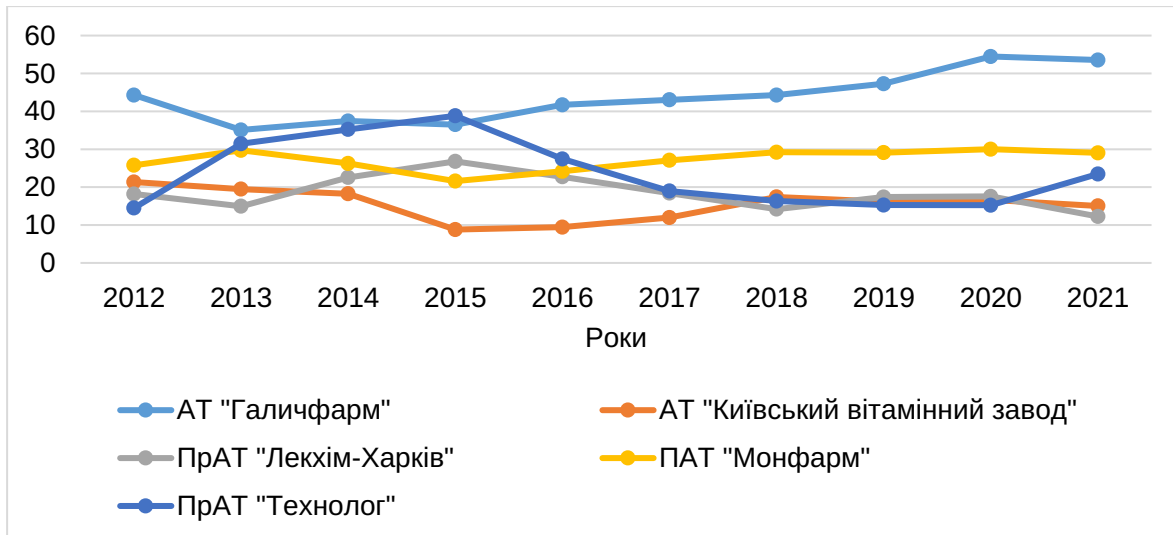


Рис. 2. Динаміка частки реалізації продукції в розрахунках, 2012–2021 рр.

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності фармацевтичних підприємств [7]

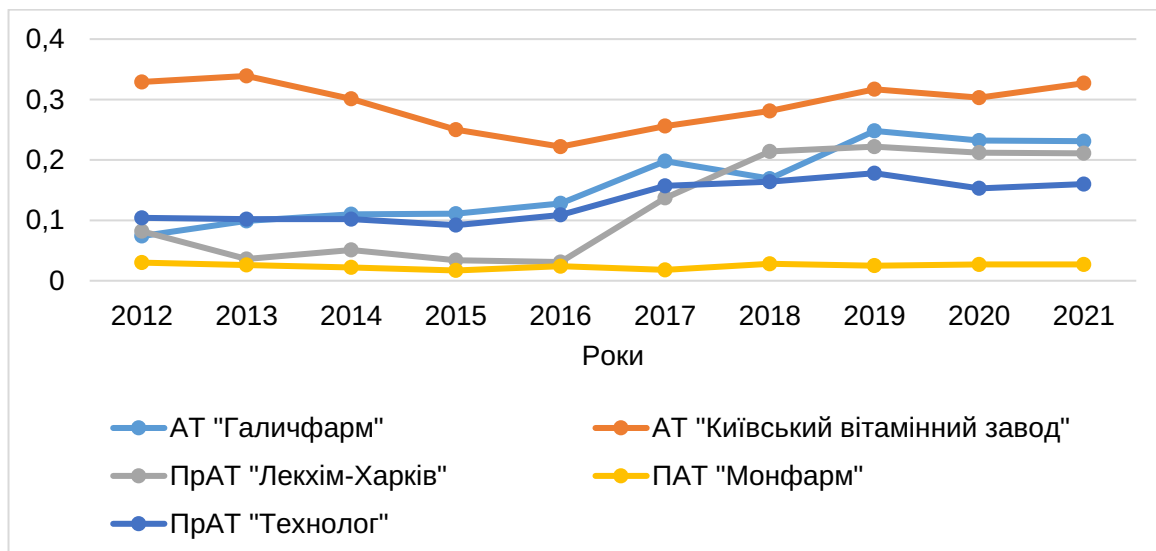


Рис. 3. Динаміка збутових витрат в 1 гривні реалізованої продукції, 2012–2021 рр.

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності фармацевтичних підприємств [7]

виробленої продукції у 2021 р. спостерігається у ПрАТ «Технолог», відповідно коефіцієнта відповідності темпів виробництва і реалізації становив 0,99. Варто зазначити, що показник має тенденції до коливання протягом аналізованого періоду. В АТ «Галичфарм» значення коефіцієнта перевищує одиницю, що свідчить про збільшення обсягів незавершеного виробництва. Найменше значення коефіцієнта відповідності темпів виробництва і реалізації фіксується в АТ «Київський вітамінний завод», так

у 2021 р. показник становить 0,86 та має динаміку зменшення. Причиною такої тенденції може бути зростання залишків нереалізованої або готової продукції на складах підприємства. ПАТ «Монфарм» значення коефіцієнта не є наближене до оптимального, але прослідковується динаміка зростання показника.

В підсумку варто зазначити, що аналіз коефіцієнта відповідності темпів виробництва і реалізації дав можливість визначити, про проблеми ефективної організації збутової

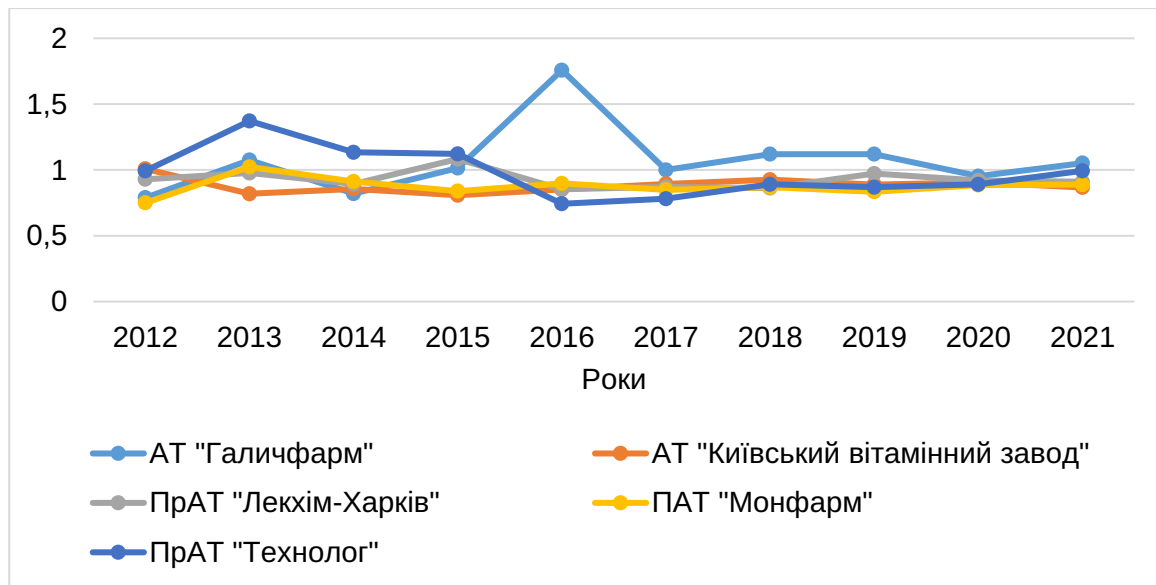


Рис. 4. Динаміка коефіцієнта відповідності темпів виробництва і реалізації, 2012–2021 рр.

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності фармацевтичних підприємств [7]

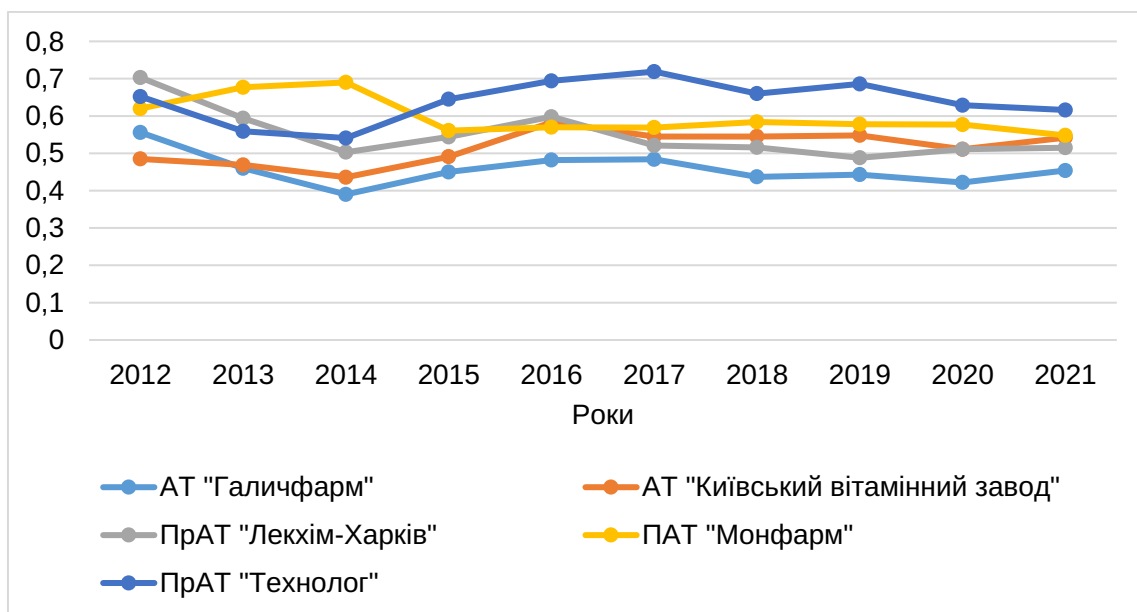


Рис. 5. Динаміка собівартості продукції в 1 гривні реалізації продукції, 2012–2021 рр.

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності фармацевтичних підприємств [7]

діяльності у таких підприємств, як АТ «Київський вітамінний завод» та ПАТ «Монфарм».

З рис. 5 видно, що у більшості досліджуваних підприємств за аналізованій період спостерігається динаміка зменшення собівартості в 1 грн доходу від реалізації, так в АТ «Галичфарм» частка собівартості зменшилась на 10 коп., ПрАТ «Лекхім-Хар-

ків» – 18 коп., ПАТ «Монфарм» – 7 коп. та ПрАТ «Технолог» – 3 коп. Причиною позитивної динаміки зниження є результат впровадження економних технологій виробництва та підвищення ефективності збутової діяльності. В АТ «Київський вітамінний завод», сформувалась тенденція збільшення собівартості на 5 коп., що є свідченням негативної тенденції.

Висновки. Отримані результати оцінки збутової діяльності фармацевтичних підприємств дозволять провести комплексний, деталізований та структурований аналіз підходів та методів організації збутової діяльності, що застосовується до реалізації у реальних умовах з метою підвищення ефективності діяльності підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Обозна В. В. Методичні аспекти оцінки ефективності управління збутовою діяльністю на сільськогосподарських підприємствах. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. № 2(41). С. 49–55.
2. Ткаченко Т. А. Методичні підходи до оцінки ефективності управління збутовою діяльністю аграрних підприємств. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2014. Вип. 3. С. 88–94.
3. Абрамович І. А. Методичні підходи оцінки ефективності збутової діяльності переробних підприємств. *Агросвіт*. 2014. № 4. С. 25–28.
4. Музичка Є. О. Оцінка ефективності збутової діяльності туристичних підприємств. *Економічний часопис–XXI*. 2013. № 11–12.(2). С. 64–67.
5. Белозерцев В. С., Михайлочкіна М. О. Удосконалення організації обліку витрат на збут для забезпечення ефективного управління збутовими витратами промислового підприємства. *Економіка. Фінанси. Право*. 2019. № 11/1. С. 6–10.
6. Спільник І. В. Аналіз ефективності збутової діяльності підприємства. *Економічний аналіз : зб. наук. праць*, 2016. Том 24. № 2. С. 130–140.
7. Офіційний сайт агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. URL: <https://smida.gov.ua/db/prof/feed>.

REFERENCES:

1. Obozna V. (2017). Methodical aspects of evaluating the effectiveness of management sale activity of agricultural enterprises. *Economika ta upravlinnia pidpriemstvami*, vol. 2(41), pp. 49–55.
2. Tkachenko T. (2014). Methodical approaches of evaluating the effectiveness of sales management of agrarian enterprises. *Visnyk ahrarnoi nauky Prychornomoria*, vol. 3, pp. 88–94.
3. Abramovych I. A. (2014). Methodical approaches to evaluating the effectiveness of sales activity processing enterprises. *Ahrosvit*, vol. 4, pp. 25–28.
4. Muzychka Ye. (2013). Evaluating of tourism enterprises marketing activities effectiveness. *Ekonomichnyi chasopys – XXI*, vol. 11–12.(2), pp. 64–67.
5. Bielozerstev V., Mykhailochkina M. (2019). Improvement of the organization of sales cost accounting to ensure efficient sales cost management in industrial enterprise. *Ekonomika. Finansy. Pravo*, vol. 11/1, pp. 6–10.
6. Spilnyk I. V. (2016). Analysis of efficiency of enterprise sales activity. *Ekonomichnyi analiz : zb. nauk. prats*, vol. 2(41), pp. 49–55.
7. Ofitsiyni sait ahentstva z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrainy [The official website of the Agency for the Development of the Infrastructure of the Stock Market of Ukraine]. Retrieved from: <https://smida.gov.ua/db/prof/feed>.