

ЕФЕКТИВНІСТЬ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ – СУБ'ЄКТІВ ЗЕД

EFFICIENCY OF COMMERCIAL ACTIVITY OF ENTERPRISES OF FOOD INDUSTRY - SUBJECTS OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

***Анотація.** Статтю присвячено вивченню теоретичних основ комерційної діяльності та розробці практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності комерційної діяльності підприємств харчової промисловості – суб'єктів ЗЕД.*

***Ключові слова:** комерційна діяльність, зовнішньоторговельні операції, ефективність комерційної діяльності.*

***The summary:** The article is sanctified to the study of theoretical bases of commercial activity and development of practical recommendations in relation to the increase of efficiency of commercial activity of enterprises of food industry - subjects of foreign economic activity.*

***Keywords:** commercial activity, foreign trade operations, efficiency of commercial activity.*

Вступ. Комерційна діяльність підприємства на закордонних ринках є особливим видом його зовнішньоекономічної діяльності, яка в глобальному масштабі виступає одним з головних джерел доходів державного бюджету країни та відіграє провідну роль у її міжнародній діяльності. Сучасні трансформаційні процеси, що відбуваються в економіці України, мають на меті не лише розробку новітніх моделей та механізмів побудови і реалізації економічних відносин, але й інтеграцію українських підприємств у міжнародні економічні зв'язки, з одного боку, і залучення іноземних суб'єктів господарювання до діяльності в Україні, – з іншого.

Розвиток зовнішньоторговельних операцій підприємства виступає суттєвим фактором підвищення ефективності комерційної діяльності як на рівні окремих підприємницьких структур, так і в масштабах усієї країни.

Проблеми ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств завжди знаходилися у центрі уваги вчених-економістів. Значний внесок у вивчення особливостей комерційної діяльності належить Аванесову Ю.А. [1], Половцеву Ф.П. [11], Панкратову Ф.Г. [10]. Комерційну діяльність в міжнародному масштабі досліджували Боярська З. І. [2], Герчикова І. Н. [4], Дахно І. І. [5] та інші.

Разом з тим у зазначених роботах недостатньо висвітленими лишаються питання методичного забезпечення оцінки комерційної діяльності підприємства харчової промисловості на закордонних ринках. Саме тому дослідження є актуальним, адже правильно підібраний інструментарій оцінки підвищує вірогідність отриманих результатів.

Постановка задачі. *Метою дослідження* виступає узагальнення теоретичних аспектів комерційної діяльності підприємства та розробка методичних підходів та практичних рекомендацій для оцінки ефективності комерційної діяльності підприємства харчової промисловості при здійсненні зовнішньоторговельних операцій.

Методи дослідження: У роботі використано такі загальнонаукові та спеціальні методи: порівняльний метод – для дослідження сутності комерційної діяльності підприємства та факторів що зумовлюють її ефективність; візуально-графічний – для подання результатів у наочній формі; системного аналізу і синтезу, індукції і дедукції та метод наукової абстракції – для формування висновків.

Основний зміст. Будь-яка діяльність, у тому числі й комерційна, має певну спрямованість а отже здійснюється з метою досягнення поставлених цілей, які по суті є цілями функціонування. Виступаючи атрибутом ринку, комерція формується на його засадах, які слугують неодмінною передумовою її розвитку.

Вітчизняна економічна література оперує різними визначеннями комерційної діяльності, найбільш поширені з яких наведено в табл. 1.

Таблиця 1. Найбільш поширені визначення терміну комерційна діяльність

№	Комерційна діяльність	Джерело
1	Товарно-грошовий обмін, в процесі якого товари від постачальника переходять у власність торгового підприємства з орієнтацією на потреби ринкового попиту	[8, с. 27];
2	Особливий вид діяльності, пов'язаний з реалізацією товарів, від якої залежать кінцеві результати торгового підприємства	[10, с. 39];
3	Це усе те, що забезпечує максимальну вигідність торгової угоди для кожного з партнерів при першочерговому обліку інтересів і запитів споживачів	[7, с. 45];
4	Комплекс операцій, що забезпечують купівлю-продаж товарів і разом з торговими процесами тих, що є торгівлею в широкому значенні слова	[11, с. 39];
5	Оперативно-організаційна діяльність по здійсненню операцій обміну товарно-матеріальних цінностей в цілях задоволення потреб населення і отримання прибутку	[5, с.40].

З наведених визначень випливає, що комерційна діяльність підприємства – поняття більш широке, ніж проста купівля-продаж товару, тобто щоб акт купівлі-продажу відбувся, торговому підприємцю необхідно здійснити певні оперативно-організаційні і господарські операції, у тому числі вивчення попиту і ринку збуту товарів, можливість впливу постачальників і покупців товарів, налагодження з ними раціональних господарських зв'язків, транспортування товарів, рекламно-інформаційну роботу зі збуту товарів, організацію торгового обслуговування і т.п.

Цілі комерційної діяльності визначають її зміст:

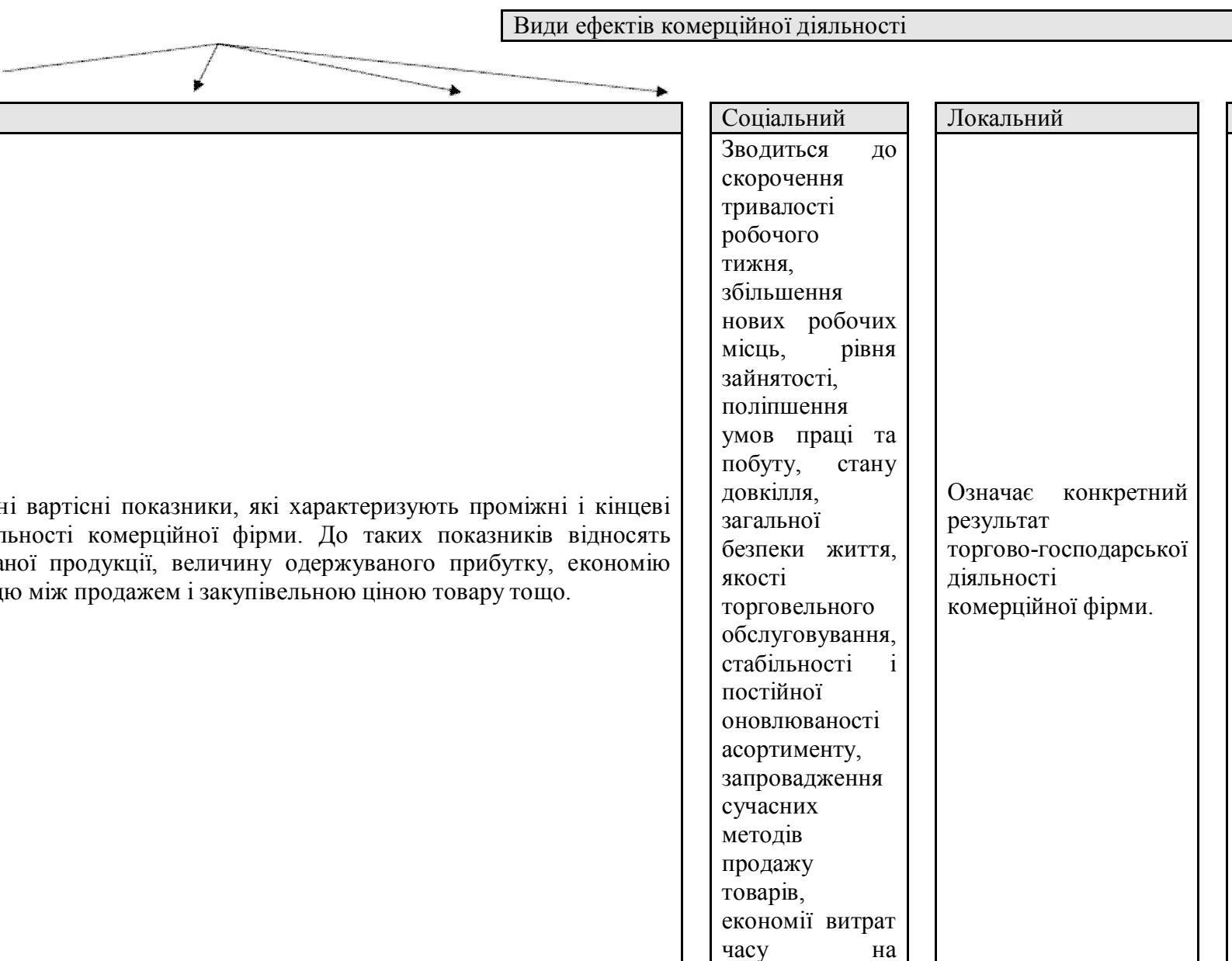
- встановлення господарських і партнерських зв'язків з суб'єктами ринку;
- вивчення і аналіз джерел закупівлі товарів;
- узгодження зв'язку виробництва із споживанням товарів, орієнтованих на попит покупців;
- здійснення купівлі і продажу товарів з урахуванням ринкового середовища;
- розширення існуючих і перспективний розвиток цільових ринків товарів;

- скорочення витрат обігу товарів [10, с. 45].

Для того, щоб підприємство функціонувало успішно, необхідний постійний моніторинг його комерційної діяльності, який дозволить з'ясувати сильні та слабкі сторони, стійкість положення підприємства, ефективність його роботи.

Співвідношення результатів комерційної діяльності до засобів виробництва і трудових ресурсів необхідних для її здійснення протягом певного періоду називають ефективністю комерційної діяльності.

Ефективність комерційної діяльності має свої види, які виокремлюються залежно від одержаних результатів (ефектів) (рис. 1).



здійснення торговельного обслуговування тощо. Показники соціального ефекту, як правило, не підлягають кількісному вимірюванню і в переважній більшості вимірюються бальною системою, яка ґрунтується на експертних оцінках.

Джерело: розроблено автором на підставі [1,5,7,10,11]

Рис. 1. Видові прояви ефективності комерційної діяльності підприємства

Щодо показників ефективності комерційної діяльності підприємства, то вони можуть бути інтегральними, узагальнюючими або специфічними.

Інтегральний показник дає загальну оцінку результативності суб'єкта комерційної діяльності за певний період; узагальнюючі показники вимірюють ефективність виконання окремих видів діяльності: функціональної (суто торговельної), господарської та соціальної; специфічні показники використовуються для всебічної оцінки рівня та динаміки ефективності окремих комерційних операцій, витрат, потужностей, устаткування, видів матеріальних ресурсів, тощо. Ці показники є також результативними, оскільки визначають співвідношення ефекту до витрат чи ресурсів, що його забезпечують.

Використання інтегрального показника ефективності комерційної діяльності дозволяє порівнювати результативність роботи окремих комерційних підприємств. На практиці застосовується визначення інтегрального показника комерційної діяльності як похідної від значення

узагальнюючих показників. Шляхом визначення узагальнюючих показників дається кількісна оцінка ефективності здійснення окремих видів діяльності комерційної фірми: функціональної, господарської та соціальної.

Узагальнюючий показник функціональної діяльності (E_f) визначається за формулою:

$$E_f = \frac{T_f}{O_c + O_w + F_z}, \quad (1)$$

де T_f - річний обсяг роздрібного товарообігу; O_c - середньорічна вартість основних засобів; O_w - середньорічна вартість оборотних засобів; F_z - фонд заробітної плати торговельних працівників за рік.

Узагальнюючий показник ефективності господарської діяльності (E_g) визначається для комерційної фірми співвідношенням:

$$E_g = \frac{\Pi}{B_o + E \cdot K}, \quad (2)$$

де Π - річний прибуток; B_o - витрати обігу за рік; E - нормативний коефіцієнт ефективності капітальних вкладень; K - сума капітальних вкладень за рік.

Показники E_f і E_g дають кількісне уявлення про економічну роботу підприємства. Отже, *економічна ефективність* (E_e) може визначатися одним показником:

$$E_e = \sqrt{E_f \cdot E_g} \quad (3)$$

Специфічні показники ефективності вимірюють результативність використання окремих видів ресурсів чи витрат.

Ефективність використання трудових ресурсів визначається відношенням розміру товарообігу (T_f), або іншого показника, що виражає ефект комерційної діяльності до величини трудових ресурсів (B_{tr}). Вартість трудових ресурсів прирівнюється до витрат на оплату праці.

Ефективність використання трудових ресурсів визначається за формулою:

$$E_{tr} = \frac{T_f}{B_{tr}}, \quad (4)$$

Як ефект при розрахунку даного показника можна використовувати також розмір доданої вартості, створеної підприємством, а як ресурси - кількість працівників.

Ефективність використання матеріальних ресурсів (E_{mr}) вимірюється фондovіддачею:

$$E_{mr} = \frac{T_f}{B_{oz}}, \quad (5)$$

де B_{oz} - вартість основних засобів.

Показник ефективності використання фінансових ресурсів (E_{fr}) розраховується відношенням товарообігу до вартості оборотних засобів:

$$E_{fr} = \frac{T_f}{B_{ok}}, \quad (6)$$

де B_{oz} - вартість оборотних засобів, грн.

Специфічні показники ефективності комерційної діяльності можуть визначатися для окремих елементів результату роботи підприємства чи з урахуванням окремих елементів ресурсів [1-6; 8-11].

Система показників соціально-економічної ефективності комерційної діяльності включає:

- показники ефективності торгівлі (фондовіддача, роздрібний товарообіг на 1 грн. оборотних засобів, продуктивність праці, товарообіг на 1 грн. фонду заробітної плати, товарообіг на 1 м² торговельної площі, товарообіг, прибуток на 1 грн. витрат обігу, термін окупності капітальних вкладень, ступінь охоплення роздрібним товарообігом купівельних фондів населення, коефіцієнт якості торговельного обслуговування, рентабельність);
- узагальнюючі показники (ресурсовіддача, узагальнюючий показник господарської діяльності, узагальнюючий коефіцієнт економічної ефективності).

Особливе значення має оцінка ефективності комерційної діяльності підприємства при здійсненні зовнішньоторговельних операцій в сучасних умовах, коли господарська самостійність і незалежність неминуче мають привести до підвищення відповідальності й обґрунтованості прийнятих управлінських рішень.

Перш ніж перейти до аналізу комерційної діяльності вітчизняних підприємств харчової промисловості дослідимо товарну структура експорту та імпорту продуктів харчової промисловості у 2001-2012 рр. (табл. 2).

Таблиця 2. Товарна структура експорту та імпорту продуктів харчової промисловості у 2001-2012 рр., у % до загального обсягу [12]

Код і назва товарів згідно з УКТЗЕД	Товарна структура експорту											
	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	за січень-квітень 2012 р
02 м'ясо та їстівні субпродукти	0,98	1,17	1,05	0,54	0,45	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,4
04 молоко та молочні продукти, яйця птахів; натуральний мед	1,63	0,81	1,09	1,37	1,61	0,9	1,3	1,0	1,2	1,3	1,0	0,8
10 зернові культури	2,97	5,56	1,74	2,58	4,04	3,5	1,6	5,5	9,0	4,8	5,3	9,4

11 продукція борошномельно-круп'яної промисловості	0,08	0,08	0,08	0,09	0,09	0,1	0,1	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1
12 насіння і плоди олійних рослин	0,95	0,24	1,14	0,52	0,40	0,8	1,4	2,1	2,6	2,1	2,1	2,0
III. 15 Жири та олії тваринного або рослинного походження	1,39	1,91	2,42	1,67	1,71	2,5	3,5	2,9	4,5	5,1	5,0	5,8
16 продукти з м'яса, риби	0,65	0,07	0,09	0,08	0,08	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
17 цукор і кондитерські вироби з цукру	0,09	0,63	0,86	0,37	0,32	0,3	0,3	0,2	0,4	0,4	0,4	0,5
19 готові продукти із зерна	0,53	0,16	0,22	0,25	0,29	0,3	0,3	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5
22 алкогольні і безалкогольні напої та оцет	0,17	0,48	0,71	0,82	1,22	1,1	1,1	0,8	1,2	0,9	0,6	0,5
	Товарна структура імпорту											
Код і назва товарів згідно з УКТЗЕД	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	за січень-квітень 2012 р.
02 м'ясо та істивні субпродукти	0,48	0,21	0,23	0,55	0,46	0,4	0,3	1,0	1,3	0,8	0,4	0,6
04 молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед	0,14	0,17	0,15	0,13	0,17	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2
10 зернові культури	0,32	0,14	2,27	0,58	0,16	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,7
11 продукція борошномельно-круп'яної промисловості	0,24	0,08	0,19	0,09	0,07	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0
12 насіння і плоди олійних рослин	0,21	0,18	0,16	0,17	0,20	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,9
III. 15 Жири та олії тваринного або рослинного походження	0,55	0,65	0,48	0,51	0,56	0,4	0,6	0,7	0,8	0,7	0,6	0,5
16 продукти з м'яса, риби	0,16	0,15	0,12	0,13	0,28	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
17 цукор і кондитерські вироби з цукру	0,15	0,58	1,47	0,36	0,22	0,1	0,1	0,1	0,2	0,4	0,3	0,1
19 готові продукти із зерна	0,84	0,08	0,11	0,14	0,15	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
22 алкогольні і безалкогольні напої та оцет	0,07	0,26	0,51	0,22	0,32	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5

У товарній структурі експорту досліджуваної групи продуктів харчової промисловості у 2001-2012 рр. основна питома вага належала зерновим культурам, молоку та молочним продуктам, яйцям птиці, натуральному меду.

Достатньою була частка, що припадала на жири та олії тваринного або рослинного походження у 2001 році – 1,39%, коли за січень-квітень 2012 року цей показник склав 5,8%; м'ясо та їстівні субпродукти відповідно займали 0,98% та 0,412 % від загального експорту продуктів харчової промисловості; насіння і плоди олійних рослин мали у 2001 році питому вагу 0,95% та майже в два рази більшу (2,0%) за досліджуваний період 2012 року.

В той час, як у товарній структурі імпорту найбільшу частку мали жири та олії тваринного або рослинного походження 0,5% у 2001 році та 50,5% у січні-квітні 2012 року; частка, що припадала на готові продукти із зерна складала відповідно 0,84% та 0,2%; м'ясо та їстівні субпродукти 0,48% та 0,610; зернові культури 0,32% та 0,7%.

Вивчаючи динаміку за окремими категоріями слід відмітити, що частка експорту зернових культур протягом зазначеного періоду коливалась залежно від урожайності, політики уряду та цінової кон'юнктури світового ринку. Так найбільші фізичні обсяги експорту зернових культур спостерігались у 2009 р. зі значенням 9,0% та 9,4% за січень-квітень 2012 р. (рис. 2).



Джерело: розроблено автором на підставі [12]

Рис. 2. Частка експорту зернових культур у загальному експорті України у 2001-2011 р.

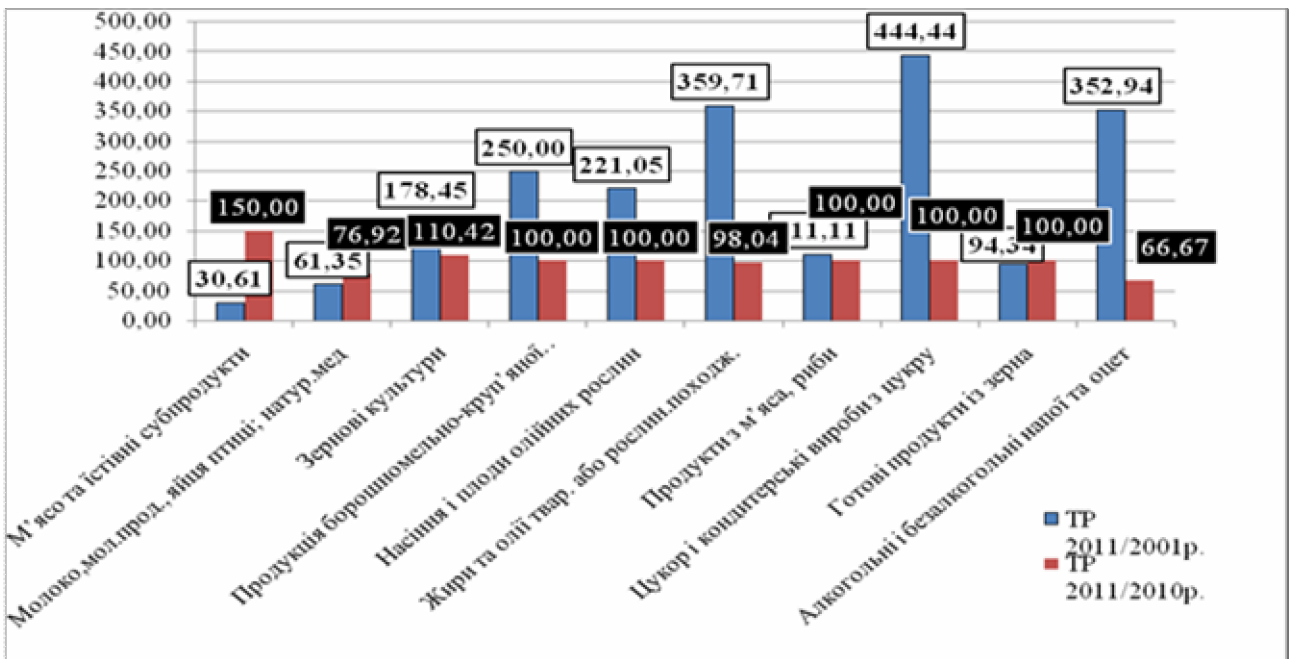
Щодо експорту м'яса та їстівних субпродуктів, їх частка у загальному експорті України у 2001-2011 рр. мала синусоїдоподібний вигляд: зростання спостерігалось у 2002 р. (до 5,56%), з якого пішов стрімкий спад, – і знову ріст починаючи з 2009 року (9,0%) (рис. 3).



Джерело: розроблено автором на підставі [12]

Рис. 3. Частка експорту м'яса та їстівних субпродуктів у загальному експорті України у 2001-2011 рр.

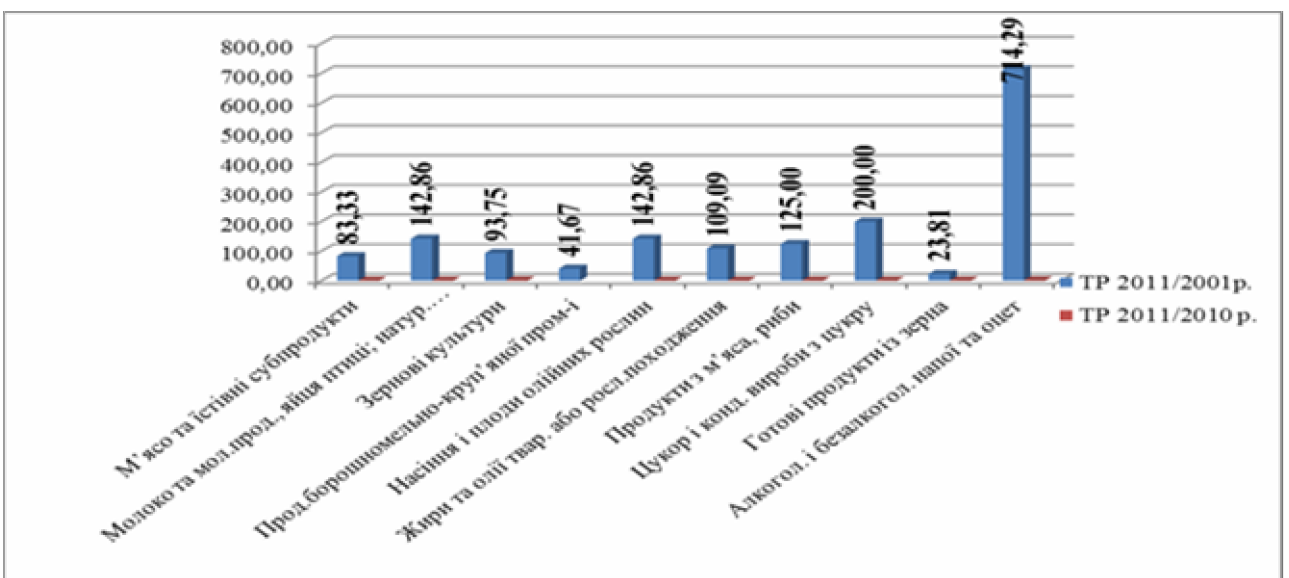
Загальна ж тенденція експорту продуктів харчової промисловості така, що темпи росту 2011/2001 рр. набагато вищі ніж темпи 2011/2010 рр., крім м'яса та їстівних субпродуктів (150% проти 30,61%) та молока і молочних продуктів, яєць птиці, натурального меду (76,92% проти 61,35%) (рис. 4).



Джерело: розроблено автором на підставі [12]

Рис. 4. Динаміка експорту продуктів харчової промисловості України

Що стосується динаміки імпорту продуктів харчової промисловості, слід відмітити різке зростання у порівнянні з 2001 роком та незначні зміни відносно 2010 року, викликані переважно зміною контрактної ціни, курсу гривні до долара та рівнем накладних витрат (рис. 5).



Джерело: розроблено автором на підставі [12]

Рис. 5. Динаміка імпорту продуктів харчової промисловості України

Економічне обґрунтування прийнятих рішень щодо управління комерційною діяльністю підприємства при здійсненні зовнішньоторговельних операцій здійснюється шляхом розрахунку різних показників економічної ефективності. Визначення ефективності зовнішньоторговельних операцій проводиться для обґрунтування не лише окремих пропозицій щодо закупівлі та продажу певних товарів. Ці дані можуть бути використані при розробці планів експорту й імпорту в масштабах країни, при оцінці структури та напрямків зовнішньоторговельного обігу.

При визначенні ефективності комерційної діяльності підприємства необхідно дотримуватись системного підходу, що надає можливість здійснити комплексний аналіз будь-якого виду зовнішньоторговельної операції. Для здійснення економічного аналізу слід обирати критерій ефективності, що є головною ознакою, яка відрізняє його від інших класифікаційних одиниць.

Усю систему показників економічної ефективності ЗЕД поділяють на дві групи:

- показники ефекту - абсолютні величини, що виражаються у відповідних грошових одиницях як різниця між результатами і витратами;
- показники ефективності - відносні величини, що визначають співвідношенням результатів до витрат. Розрізняють валютну та економічну ефективність. Перша несе інформаційне навантаження лише у разі порівняння з базою: для валютної ефективності експорту використовують обернений курс обміну валют, а для валютної ефективності імпорту – прямий обмінний курс. Економічна ефективність не потребує порівняння з базою, оскільки передбачає співвідношення вже приведених величин [8, с. 182-183].

Висновки. Покращення показників комерційної діяльності підприємств харчової промисловості, як і будь яких інших вітчизняних суб'єктів

господарювання можливе у випадку активної експортної діяльності за умови зниження ціни національної валюти, що у свою чергу приведе до зниження ціни національних товарів, які виражені в іноземній валюті і сприятиме здешевленню експорту та зростанню його фізичних обсягів. Якщо ж комерційна діяльність підприємства пов'язана переважно з імпортними операціями, то найбільш сприятливою ситуацією підвищення результатів стане підвищення курсу національної валюти, що зробить імпортні товари більш дешевшими надаючи українським імпортерам конкурентну перевагу за ціною. Крім того, необхідною умовою вдосконалення комерційної діяльності має стати визначення її ефективності на зовнішніх ринках. Доцільно проводити обґрунтування ефективності як за окремими позиціями зовнішньоторговельних операцій, так і інтегральну, що дозволить обирати найбільш привабливих контрагентів та ринки збуту.

Список літератури

1. Аванесов Ю.А. Основи комерції / Аванесов Ю.А., Васькин Е.В., Клочко А.Н. : Підручник. – М.: ТОО «Люкс-Арт», 1999. – С. 10
2. Боярська З. І. Міжнародне комерційне право. [навч. посібник]. / Боярська З.І. - К.: КНЕУ, 2001. – 343 с.
3. Внешнеэкономическая деятельность предприятий: Учебник для вузов [под ред. Л.Е. Стровского]. – 3-е изд., перераб. и доп. – М : ЮНИТИ, 2003. – 847 с.
4. Герчикова И. Н. Международное коммерческое дело. / Герчикова И. Н. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996.
5. Дахно І. І. Міжнародна торгівля: Навч. посіб. / Дахно І.І. - К.: МАУП, 2003. – 296 с.
6. Дідьківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: [навч. Посібник] / Дідьківський М.І. – К. : Знання, 2006. – 462 с.

7. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К.: Парлам. вид-во, 1991. – №29. – (Бібліотека офіційних видань).

8. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / [Багрова І.В., Редіна Н.І., Власюк В.Є., Гетьман О.О.] ; за ред. проф. І.В. Багрової. – К.: Центр навч. літ-ри, 2004. – 580 с.

9. Зовнішньоекономічні операції і контракти / [Козик В.В., Панкова Л.А., Карп'як Я.С. та інші] ; навч. посібник. – [2-ге вид., перероб. і доп]. – К. : Центр навч. літ-ри, 2004. – 608 с.

10. Коммерческая деятельность. / Ф.Г.Панкратов, Т.К.Серегина.- М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000 р.– 340с.

11. Коммерческая деятельность. Підручник за ред. Ф.П.Половцева./Половцев Ф.П.- М.: «Инфра-М», 2000 р. – 250с.

12. Офіційний сайт Державного Комітету Статистики України: [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.