

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОПЕРАЦІЙ (АГЕНТСЬКИХ ВІДНОСИН)

Визначено доцільність використання агентських послуг у процесі здійснення господарської діяльності підприємств та виокремлено якісні та кількісні показники оцінки ефективності агентських послуг.

Висвітлено та охарактеризовано фактори впливу на ефективність агентських відносин

Ключові слова: посередницькі операції, агентські послуги

Постановка проблеми. Важливою складовою раціонального управління господарською діяльністю підприємств є використання послуг посередників, які проявляються у формі реалізації агентських відносин. З метою зменшення витрат в частині збуту продукції, робіт та послуг суб'єкти господарювання дедалі частіше використовують послуги посередників (агентів), що надає змогу збільшити ефективність діяльності підприємств та підвищити його конкурентоспроможність. Однак на сучасному етапі функціонування ринкових відносин актуальною є проблема оцінки ефективності використання агентських послуг, що вказує на рівень їх результативності та необхідності застосування при здійсненні господарської діяльності.

Торгівельне посередництво давно вже виокремилось в самостійний вид підприємництва. В умовах ринкової економіки посередницька діяльність набуває пріоритетного значення як механізм, що сприяє розвитку торгівельно-господарських зв'язків, активізації продажу товарів як в умовах внутрішнього, так і зовнішнього ринку [4]. Таким чином, визначення ефективності агентських послуг надає змогу встановити доцільність їх застосування при існуванні певних недоліків схем реалізації продукції, робіт та послуг суб'єкта господарювання, що забезпечить максимально раціональне використання ресурсів та можливостей підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок в дослідження та розробку питань оцінки ефективності посередницьких послуг зробили такі дослідники, як А.В. Буряк, Н.Г. Маслак, О.О. Полетаєв, С.В. Устенко, Д.В. Шараєвський та ін. Однак недослідженими залишаються питання ідентифікації показників якісної та кількісної оцінки ефективності агентських послуг та факторів впливу на їх формування у процесі функціонування суб'єкта господарювання.

Викладення основного матеріалу. В сучасних економічних умовах посередницька діяльність набуває пріоритетного значення як механізм, що сприяє розвитку торгівельно-господарських зв'язків, активізації продажу товарів як в умовах внутрішнього, так і зовнішнього ринку. Обов'язки агента-представника охоплюють: проведення маркетингових досліджень та збір інформації щодо тенденцій ринку; надання принципу інформації про технічні вимоги до товарів, запити споживачів, рівень цін, передбачувані розміщення замовлень; створення позитивної думки про принципала та його товари в ділових колах, проведення рекламних кампаній; налагодження ділових контактів принципала з імпортерами товарів, з урядовими організаціями та іншими інституціями, від яких залежать рішення про розміщення замовлень; сприяння підписанню і виконанню контрактів [4].

Будь-яка посередницька діяльність ведеться підприємствами з метою отримання прибутку. Однак, незважаючи на те, що посередники стягують за свої послуги винагороду, їх залучення дає виробникам, продавцям і покупцям товарів і послуг наступні незаперечні переваги [7]:

– посередники, діючи в певному секторі ринку і спеціалізуючись на певному наборі товарів і послуг, швидше, ніж самі постачальники, можуть знайти фірми, зацікавлені у придбанні даної продукції, забезпечивши тим самим прискорення оборотності виробничого та торгового капіталу;

– постійно перебуваючи у ринковому середовищі, вивчаючи динаміку попиту та пропозиції на товари та послуги, посередники можуть завчасно орієнтувати

виготовлювачів, в якому напрямку їм розвивати виробництво продукції та послуг, тобто вести безперервний маркетинговий моніторинг ринку;

– посередники нерідко беруть на себе фінансові гарантії виконання платіжних і інших зобов'язань сторін, підвищуючи надійність товарного обміну: кооперації, орендно-лізингових операцій і т.д.;

– за бажанням продавців та покупців, а також інших учасників ринку посередники можуть сприяти організації транспортування вантажів, їх розмитнення і страхування;

– посередники підвищують конкурентоспроможність товарів, скорочуючи терміни поставок товарів шляхом їх продажу з створених складів запасу продукції;

– посередники підвищують конкурентоспроможність товарів з технічного рівня і якості, здійснюючи передпродажу доробку товарів та їх технічне обслуговування в гарантійний та післягарантійний періоди;

– досить ефективна роль посередників у рекламі товарів, яку вони здійснюють з урахуванням національних та інших особливостей ринку;

– спеціалізуючись на роботі з певним набором товарів, посередники здатні за рахунок значних обсягів товарообігу знизити витрати обігу на одиницю продукції.

Погоджуємося з думкою Л.В. Балабанової, яка стверджує, що корисність діяльності торговельного посередника оцінюється "отриманою економією у замовників за рахунок використання ними посередницьких структур при транспортуванні, зберіганні, збуті продукції, а також при сервісному обслуговуванні" [1, с. 120]. Таким чином, використання посередницьких послуг надає змогу зменшити витрати суб'єкта господарювання при здійсненні певних господарських процесів, що забезпечує збільшення прибутковості та конкурентоспроможності діяльності підприємств.

Відповідно Н.Г. Маслак та А.В. Буряк відмічають, що враховуючи багатогранність поняття "ефективність" в економічній літературі, можна узагальнити його до двох основних визначень:

– як співвідношення витрат ресурсів і результатів, отриманих від їх використання (effectiveness);

– як соціально-економічна категорія, яка визначає вплив способів організації діяльності учасників на рівень досягнутих ними результатів, тобто відповідність отриманих результатів поставленим цілям (efficiency) [6].

Звідси можна стверджувати, що основною ознакою поняття "ефективність" є величина економічного результату, який отримує суб'єкт господарювання в процесі витрачення ресурсів.

Цікавим науковим підходом є позиція А.В. Куценко. За словами автора ефективність полягає в регулюванні діяльності за напрямками управління для забезпечення відповідності фактичного стану підприємства заданим параметрам. У той же час управління ефективністю передбачає оцінку діяльності підприємства чи процесу, яке необхідно розглядати як систему, що може досягати успіху за умов наявності відповідного механізму управління ефективністю [5, с. 8]. Таким чином, для успішної оцінки явища чи процесу діяльності підприємства важливим елементом є розробка порядку дій, при яких досягатиметься їх ефективність, що забезпечить підвищення прибутковості функціонування суб'єкта господарювання.

У свою чергу, О.І. Відоменко [3] зазначає, що завдання визначення ефективності виникає в різних ситуаціях, і його раціональне вирішення в конкретних умовах передбачає застосування тих чи інших підходів та

методик. Автором виокремлено наступні загальні напрями, за якими визначається ефективність:

1) оцінювання ефективності виробництва з метою забезпечення оптимальної стратегії управління ним. У межах цього напрямку досліджується насамперед ефективність використання ресурсів підприємства;

2) оцінювання ефективності підприємства з метою визначення його привабливості як потенційного об'єкта інвестування. Таке оцінювання може здійснюватися самим підприємством, потенційним інвестором або ж для забезпечення об'єктивності – незайнтересованою організацією. При цьому портфельні інвестори, як правило, задовольняються фінансовими показниками ефективності, а стратегічних здебільшого цікавить комплексна її оцінка;

3) оцінювання ефективності підприємства на макrorівні з боку держави [3].

Оцінка ефективності господарських процесів може проводитися як внутрішніми, так і зовнішніми зацікавленими користувачами з метою встановлення позитивних чи негативних сторін функціонування того чи іншого процесу діяльності суб'єкта господарювання, що надає змогу достовірно визначити ступінь доцільності та ефективності його використання.

Підвищення ефективності можна досягти шляхом використання меншої кількості ресурсів для створення такого ж результату, або шляхом створення більшого результату при використанні тієї ж кількості ресурсів чи

більшого результату при відносно меншій кількості затрачених ресурсів [3].

У процесі оцінки ефективності сфери послуг найбільш широкого розповсюдження набули комплексні кількісні та якісні показники, які забезпечують формування достовірної та повної інформації про ступінь застосування певних послуг у процесі здійснення господарської діяльності.

Кількісне оцінювання якості послуг застосовується для вибору оптимального їх варіанта із деякого числа порівнюваних альтернатив, вивчення динаміки, планування, контролю і атестації якості послуг, обґрунтування вибору оптимальних рішень при управлінні якістю та ін. [2]. Відповідно кількісні показники відображаються у грошовому вираженні, при порівнянні яких визначається результативність використання тих чи інших послуг. Якісні показники оцінки ефективності послуг надають змогу порівняти якісний рівень використання певних послуг, підвищення якого призводить до збільшення результативності діяльності суб'єкта господарювання.

Звідси під економічною ефективністю агентських послуг пропонуємо розуміти співвідношення отриманого економічного ефекту від використання агентських відносин, який ґрунтується на отриманій економії від використання послуг агентів у процесі реалізації продукції, робіт, послуг та витрат, понесених у процесі залучення даних суб'єктів (агентів) посередницьких послуг.

Розглянемо кількісні показники оцінки ефективності агентських послуг, що надасть змогу охарактеризувати доцільність їх застосування (табл. 1)

Таблиця 1. Запропонований методичний підхід до кількісної оцінки ефективності посередницьких послуг (агентських відносин)

| № з/п | Етапи проведення кількісної оцінки | Характеристика |
|-------|--|--|
| 1. | Розрахунок понесених витрат | <i>Реалізація продукції, робіт та послуг власними силами:</i> планові та фактичні витрати від реалізації продукції, робіт та послуг власними силами суб'єкта господарювання; <i>Використання посередницьких послуг (агентських відносин):</i> договірна вартість посередницьких послуг |
| 2. | Визначення економічного ефекту | Порівняння фактичного показника понесених витрат при реалізації продукції власними силами та договірної вартості у результаті використання посередницьких послуг (агентських відносин) |
| 3. | Розрахунок коефіцієнту ефективності | Співвідношення економічного ефекту з договірною вартістю посередницьких послуг (агентських відносин) |
| 4. | Аналіз отриманих показників | <i>Коефіцієнт ефективності більше 0</i> – доцільно використовувати посередницькі послуги (агентські відносини) при реалізації продукції, робіт та послуг; <i>Коефіцієнт ефективності дорівнює 0</i> – співвідношення негативних та позитивних сторін використання посередницьких послуг (агентських відносин); <i>Коефіцієнт ефективності менше 0</i> – доцільно реалізувати продукцію, роботи та послуги власними силами, при умові більшого значення коефіцієнта ефективності при співвідношення економічного ефекту та фактичних витрат, понесених у результаті процесу реалізації організованого власними силами |
| 5. | Прийняття рішення власником (агентських відносин) | про доцільність використання посередницьких послуг |

Важливість проведення оцінки ефективності посередницьких послуг (агентських відносин) за представленим методичним підходом полягає у визначенні коефіцієнту ефективності, що надає змогу представити зацікавленим користувачам реальні дані про

доцільність застосування даного виду послуг у процесі здійснення господарської діяльності підприємств.

Крім кількісної оцінки вважаємо за доцільне визначати ефективність посередницьких послуг (агентських відносин) за якісними характеристиками (табл. 2).

Таблиця 2. Якісна оцінка ефективності посередницьких послуг (агентських відносин)

| № з/п | Ознака | Характеристика |
|-------|-------------------------|---|
| 1 | Оперативність | – прискорення процесу введення продукції, робіт та послуг на ринки збуту; – збільшення шляхів реалізації продукції, робіт та послуг; – прискорення процесу отримання певних дозволів та ліцензій; – підвищення конкурентоспроможності продукції, робіт та послуг |
| 2 | Інформативність | – отримання інформації про стан попиту та пропозиції на ринку збуту продукції, робіт та послуг управлінському персоналу; – налагодження нових економічних зв'язків; – аналіз ринкової кон'юнктури ринку |
| 3 | Раціональність | – зменшення ризиків отримання негативного економічного результату в процесі реалізації; – економія часу та ресурсів на реалізацію продукції, робіт та послуг суб'єкта господарювання; – ефективний розподіл продукції, робіт та послуг між ринками збуту; – забезпечення безперервного контролю над операціями купівлі-продажу з боку агентів, що надає змогу уникнути негативних наслідків процесу реалізації |
| 4 | Результативність | – зменшення витрат, пов'язаних з процесом реалізації продукції, робіт та послуг; – збільшення прибутковості діяльності суб'єкта господарювання |

Звідси якісні показники оцінки ефективності надають змогу отримати інформацію про наслідки застосування посередницьких послуг (агентських відносин) у процесі здійснення торгівельних операцій. У свою чергу, використання якісної оцінки ефективності даних послуг забезпечує удосконалення організації та здійснення діяльності суб'єкта господарювання, збільшення рівня його прибутковості, визначення прихованих можливостей та резервів.

Здійснюючи оцінку ефективності посередницьких послуг (агентських відносин) за кількісними та якісними показниками підприємство зможе чітко визначити

доцільність використання даних послуг в процесі здійснення господарської діяльності, що забезпечить формування подальшої стратегії в частині реалізації продукції, робіт та послуг. Слід зауважити, що використання агентських відносин може бути неефективним та нераціональним для підприємств, що здійснюють діяльність некомерційного характеру.

У процесі використання посередницьких послуг виникає ряд факторів, які позитивно чи негативно впливають на економічний результат процесу реалізації продукції, робіт та послуг (рис. 1).

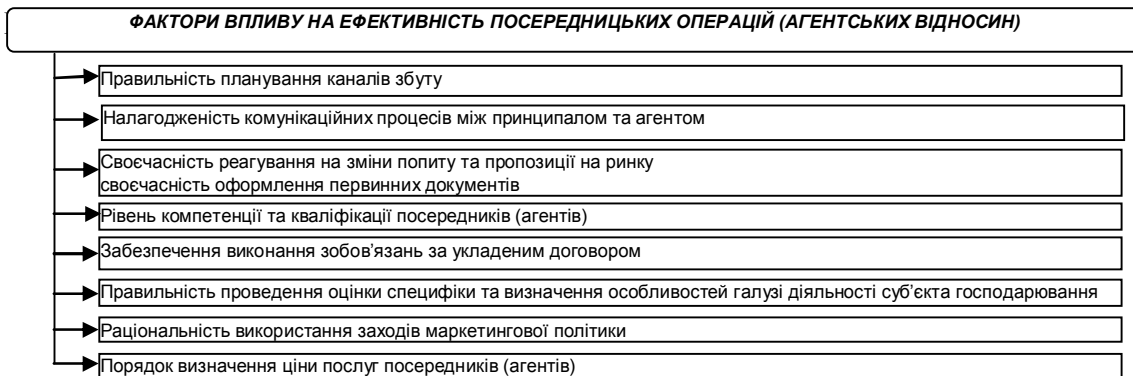


Рис. 1. Фактори впливу на ефективність застосування посередницьких операцій (агентських відносин)

Наведені фактори впливу на ефективність застосування посередницьких послуг (агентських відносин) надають змогу достовірно оцінити як правильність вибору посередницької структури, так і результативність та правомірність її функціонування, що забезпечить зменшення ризиків у процесі здійснення торговельних операцій.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Відсутність єдиного підходу до розробки методики оцінки ефективності посередницьких послуг (агентських відносин) зумовило потребу встановлення кількісних та якісних показників оцінки ефективності застосування даних послуг. Наведені кількісні показники надають змогу представити дані про результативність застосування посередницьких послуг (агентських відносин) управлінському персоналу в грошовому виразі на основі визначення економічного ефекту в процесі використання посередницьких операцій в торговельній діяльності суб'єкта господарювання. У свою чергу, якісні показники оцінки ефективності агентських відносин показують доцільність та дієвість їх застосування для господарської діяльності підприємства в цілому, що надає змогу проаналізувати керівництвом суб'єкта господарювання рівень досягнення поставлених цілей та завдань, ефективність організації торговельного процесу. Таким чином, Використання запропонованих кількісних та якісних показників оцінки ефективності посередницьких послуг (агентських відносин) забезпечує прийняття раціональних управлінських рішень в частині доцільності застосування даних послуг у процесі ведення господарської діяльності підприємства.

Список використаної літератури:

1. Балабанова Л.В. Оптовая торговля: Маркетинг и коммерция / Л.В. Балабанова. – М.: Экономика, 1990. – 207 с. 2. Большая советская энциклопедия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rubicon.com/bse>.

3. Відоменко О.І. Ефективність діяльності підприємств торгівлі [Електронний ресурс] / О.І. Відоменко. – Режим доступу:

<http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/306/3/efdp.pdf>

4. Дунська А.Р. Торгові посередники в зовнішньоекономічній діяльності: проблеми визначення та класифікації [Електронний ресурс] / А.Р. Дунська // Економічний вісник НТУУ "КПІ". – Режим доступу: <http://economy.kpi.ua/uk/taxonomy/term/1184>.

5. Куценко А.В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 "Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)" / А.В. Куценко. – Полтава, 2007. – 21 с. 6. Маслан Н.Г. Оцінка ефективності банків з точки зору фінансового посередництва / Н.Г. Маслак, А.В. Буряк // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць. Т. 26. – Суми: УАБС НБУ, 2009. – С. 83-88. 7. Ноздрєва Р.Б. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью: 17-модульная программа для менеджеров "Управление развитием организации". Модуль 10. / Р.Б. Ноздрєва – М.: ИНФРА-М, 1999. – 432 с.

КАЗАРЯН Генріх Генріхович – здобувач кафедри бухгалтерського обліку Житомирського державного технологічного університету.

Наукові інтереси:

- розвиток бухгалтерського обліку посередницьких операцій (агентських відносин);
- договірна політика у сфері посередництва (агентських відносин).

Надійшла до редакції: 14.04.12 р.