

*Шулла Р., к.е.н., доцент,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

*Поник М.,
к.е.н., ст. викладач
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН З ПОКУПЦЯМИ НА ОСНОВІ КОНЦЕПЦІЇ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ

Високий рівень трансакційних витрат в рамках механізму ринкового обміну є одним із ключових факторів застосування альтернативних та виникнення нових форм кооперації і координації діяльності між ринковими агентами. В цих умовах виникає нагальна потреба у розробці методики оцінки економічної ефективності взаємовідносин між ринковими агентами на основі теорії трансакційних витрат, що дозволить їм приймати більш ефективні управлінські рішення щодо організації економічної діяльності.

Використання економіко-математичного моделювання для оцінки ефективності економічних відносин між ринковими агентами (постачальниками та покупцями) здійснювали такі автори як В. Кільгер (W. Kilger), П. Рібель (P. Riebel), Д. Адам (D. Adam) [1], В. Меннель (W. Männel), Г. Цепфель (G. Zäpfel) [13] та ін.

З точки зору виробника оцінка економічного ефекту взаємовідносин з окремим покупцем може здійснюватись на основі порівняння сукупної суми доходів та витрат протягом всього періоду співпраці:

$$П_j = Д_j + В_j$$

де: $П_j$ – плановий прибуток від взаємовідносин з j -тим покупцем протягом очікуваного періоду співпраці; $Д_j$ – планові доходи від реалізації продукції j -тому покупцю протягом очікуваного періоду співпраці; $В_j$ – повна собівартість реалізованої продукції j -тому покупцю протягом очікуваного періоду співпраці.

Наведений у формулі вище показник повної собівартості може суттєво викривляти інформативність результативного показника (прибутку), оскільки розподіл непрямих витрат між окремими видами продукції здійснюється на основі «фіктивних» баз (наприклад на основі прямих витрат на оплату праці або прямих виробничих витрат), які викривляють реальну собівартість продукції. Окрім того, недоліком наведеного вище підходу є відсутність в складі формули показника, який би в експліцитній формі характеризував обсяг діяльності між ринковими контрагентами.

Інший підхід, запропонований такими відомими авторами як В. Кільгер та П. Рібель, передбачає використання в якості критерію оцінки економічної ефективності взаємовідносин між ринковими агентами показника маржинального прибутку за мінусом суми прямих постійних витрат:

$$\Pi_j = \sum_i^n (p_{ji} - v_{ji}) \cdot x_{ji} - KF_j$$

де: Π_j – плановий прибуток від взаємовідносин з j-тим покупцем протягом очікуваного періоду співпраці; p_{ji} – середньозважена ціна одиниці продукції, реалізованої j-тому покупцю протягом очікуваного періоду співпраці; v_{ji} – середньозважена маржинальна собівартість одиниці продукції, реалізованої j-тому покупцю протягом очікуваного періоду співпраці; x_{ji} – обсяг продукції, реалізованої j-тому покупцю протягом очікуваного періоду співпраці; KF_j – прямі постійні витрати, які безпосередньо пов’язані із взаємодіяльністю з j-тим покупцем.

Недоліком наведеного вище підходу, на нашу думку, є те, що при розрахунку показника прибутку до уваги беруться тільки маржинальні витрати та прямі постійні витрати. Але ж співпраця з окремим покупцем в довгостроковій перспективі використовує економічний потенціал підприємства не тільки у виробничій сфері, де часто існує можливість виокремлення прямих постійних витрат, але і у таких функціональних сферах як сфера інновацій, збуту, загальнокорпоративного управління та ін. При цьому зазначені витрати виникають насамперед при виконанні інформаційно-комунікаційної діяльності в системі управління підприємством і направлені на встановлення та підтримку економічних відносин з контрагентом. Такі витрати відомий німецький вчений А. Пікот визначає як трансакційні витрати.

З врахуванням чинника трансакційних витрат критерій оцінки економічної ефективності взаємовідносин між ринковими агентами може бути сформульований так (авторська розробка):

$$\Pi_j = \sum_i^n (p_{ji} - v_{ji}) \cdot x_{ji} - KF_j - KT_j$$

KT_j – прямі та розподілені (непрямі) трансакційні витрати, які безпосередньо пов’язані із взаємодіяльністю з j-тим покупцем.

Розподіл непрямих трансакційних витрат між окремими контрагентами доцільно здійснювати на основі системи АВ-костингу, що, в порівнянні з традиційними підходами, дозволяє більш точно формувати собівартість об’єктів калькулювання.

Значну частину вихідних даних (наприклад, трансакційні витрати) моделі досить важко прогнозувати і менеджмент при їх визначенні змушений

спиратись на емпіричну інформацію [2]. Але, незважаючи на це, запропонована модель є важливим інструментом оцінки економічної ефективності взаємовідносин між ринковими агентами, що дозволить менеджменту підприємств приймати більш виважені управлінські рішення.

Список використаних джерел

1. Adam, Dietrich. Produktions-Management. – 8. Auflage. Wiesbaden: Gabler, 1997, 722 S.
2. Matje, Andreas. Kostenorientiertes Transaktionscontrolling: konzeptioneller Rahmen und Grundlagen für die Umsetzung. – Wiesbaden: Gabler, 1996, 264 S.