

ФІНАНСОВО-ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ШЛЯХИ ЇХ СКОРОЧЕННЯ

*ЯКУБЕНКО Ю.Л., К.Е.Н., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,
ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ,*

*ЗУБЧЕНКО В.В., К.Е.Н., АСИСТЕНТ,
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Характерною особливістю розвитку агропродовольчого ринку є повільне формування розподільчо-збутової інфраструктури, яка б сприяла збереженню та підвищенню якості сільськогосподарської продукції, скороченню трансакційних витрат. Слід зазначити, що об'єкти розподільчо-збутової інфраструктури агропродовольчого ринку не зорієнтовані на повне виконання функцій щодо просування сільськогосподарської продукції до споживачів, а це стимулює сільськогосподарських товаровиробників використовувати неорганізовані канали збуту з непрозорими умовами купівлі-продажу та диктатом посередника, внаслідок чого споживачі змушені купувати продукцію часто сумнівної якості за вищими цінами. Отже, за таких умов розвитку розподільчо-збутової інфраструктури в Україні практично відсутні цивілізовані прозорі канали просування сільськогосподарської продукції від виробника до кінцевого споживача на вигідних для всіх учасників процесу умовах, а особливо стабільних зв'язків у ланцюгу «виробник – оптовик – роздрібний продавець – споживач».

Окрім цього, такий стан справ є причиною великих цінових коливань на ринку сільськогосподарської продукції, призводить до неефективного використання ресурсів, звужує можливості щодо забезпечення населення якісною продовольчою продукцією у широкому асортименті за доступною ціною, зумовлює додаткові витрати для виробників, переробників, споживачів, втрати державного та місцевих бюджетів.

Збільшення обсягів продукції виробництва та збуту, від яких прямо пропорційно залежить грошова виручка, не завжди забезпечує

позитивний результат. Це пояснюється тим, що зростання врожайності сільськогосподарських культур і продуктивності тварин пов'язане із додатковими витратами (мінеральні добрива, засоби захисту рослин, паливно-мастильні матеріали, корми), які не завжди можуть бути відшкодовані, що може призвести до збитковості виробництва певних видів продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питання класифікації трансакційних витрат займалися як вітчизняні економісти-дослідники, так і іноземні. Серед них слід відмітити С.І. Архієрєва, Л.В. Базалієву, І.П. Буласєва, А.В. Грінченко, Я.В. Зінченко, Р.Коуза, що вивчали історію виникнення та багатогранність трансакційних витрат; Н.О. Гончарову, М.С. Данько, О.В. Замазій, О.Л. Матвєєву, Г.А. Макухіна, І.Г. Панженську, М.М. Шигун, Ж.М. Ющак, які розробляли методичні підходи до обліку трансакційних витрат; Р.М. Абдулліна, Н.М. Волоснікову, О.П. Власенко, О.Ю. Кудріну, Н.Г. Сапожнікову, А.В. Череп, О.В. Шепеленко, які вивчали підвищення ефективності діяльності підприємства через управління трансакційними витратами.

Незважаючи на глибину проведених досліджень в даному напрямі, залишились невирішеними питання скорочення трансакційних витрат для конкурентоспроможного існування аграрних підприємств.

Формулювання цілей статті. Метою написання даної статті є дослідження проблеми зниження трансакційних витрат шляхом вивчення їх фінансово-облікового аспекту для підприємств, що спеціалізуються на веденні сільського господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «трансакційних витрат» бере свій виток з концепції Рональда Коуза. Сутність концепції полягає у функціонуванні економіки, що визначається не тільки цінами на товари та послуги, як це стверджувала класична, а потім і неокласична теорія. Агенти виробництва - підприємства несуть значні витрати, пов'язані з самим процесом обміну. Перш ніж здійснити угоду купівлі-продажу, обидва контрагенти повинні здійснити найрізноманітніші трансакції (операції). Вони пов'язані з пошуком та вибором покупця (продавця), ретельною перевіркою його платоспроможності, фінансової стійкості і ліквідності, процесами страхування, кредитування, емісії цінних паперів та їх розміщенням, а також арбітражними, судовими та іншими витратами. До них також належать витрати, пов'язані з

перерозподілом прав власності. Всі перераховані вище витрати отримали назву витрати трансакцій (трансакційні витрати) [1,3].

Нині більшість науковців відносять до складу трансакційних витрат – витрати на пошук інформації, організацію і ведення переговорів, юридичне обслуговування, витрати на оцінку та контроль за виконанням контрактів, втрати від опортуністичної поведінки тощо, що на рахунках бухгалтерського обліку відображаються наступним чином (табл.1).

Таблиця 1

**Склад трансакційних витрат підприємства
(за рахунками бухгалтерського обліку)**

№ рахунку	№ суб-рахунку	Номенклатура статей витрат
91 Загальновиробничі витрати	За видами діяльності	Витрати на вдосконалення технології і організації виробництва
		Витрати на підтвердження якості
92 Адміністративні витрати	За видами діяльності	Витрати на обслуговування та управління підприємством
93 Витрати на збут	За видами діяльності	Витрати, пов'язані з реалізацією (збутом) продукції (товарів, робіт, послуг)
94 Інші витрати операційної діяльності	941	Витрати на дослідження і розробки
	944	Сумнівні та безнадійні борги
	945	Втрати від операційних курсових різниць
	947	Нестачі і втрати від псування цінностей
	948	Визнані штрафи, пені, неустойки
95 Фінансові витрати	951	Відсотки за кредит
	952	Інші фінансові витрати
97 Інші витрати	971	Собівартість реалізованих фінансових інвестицій
	972	Собівартість реалізованих необоротних активів
	973	Собівартість реалізованих майнових комплексів
	974	Втрати від неопераційних курсових різниць

*Джерело:[2,4]

Рівень і структура витрат, що зумовлені трансакціями, залежить від повноти й достовірності інформації про ринок, фаховості учасників договірному процесу, юридичного забезпечення угод та повноти їх виконання. У процесі опитування керівників сільськогосподарських підприємств нами з'ясовано основні групи трансакційних витрат (табл. 2).

Таблиця 2

Структура трансакційних витрат сільськогосподарських підприємств, %

Витрати	2010 р.	2013 р.
Витрати при укладанні контрактів	18,0	15,0
Витрати моніторингу і пошуку інформації	33,0	30,0
Витрати опортуністичної поведінки	9,0	7,0
Інші види витрат	40,0	48,0

*Джерело: складено авторами.

У підприємствах знизився загальний рівень трансакційних витрат унаслідок зменшення витрат укладання контрактів із 18 до 15%, витрат моніторингу та пошуку інформації – із 33 до 30% , витрат опортуністичного поведінки – із 9 до 7%.

Отже, у процесі опитування було з'ясовано, що найбільшу частку впродовж досліджуваного періоду становили витрати, пов'язані з моніторингом сегментів ринку сільськогосподарської продукції й пошуком інформації про потенційних клієнтів. Нині провідні консалтингові агентства та науково-дослідні установи НААН пропонують купувати інформацію про стан ринків продукції сільського господарства. Проте через нестачу коштів, а також через високу вартість аналітичних матеріалів більшість керівників сільськогосподарських підприємств відмовляються її купувати.

Сьогодні в Україні не сформовано єдину базу даних про потенційних контрагентів сільськогосподарських товаровиробників, а рекламні пропозиції в засобах масової інформації не відображають реальний стан справ. Як свідчать дослідження, рівень закупівельних цін, зазначених в оголошенні, суттєво відрізняється від реальної дійсності. Ця обставина вимагає від керівників господарств корпоративного сектору значних фінансових витрат на пошук вигідного покупця, що позначається на величині трансакційних витрат.

Зазначимо, що сільськогосподарські підприємства несуть значні

витрати на укладання контрактів з реалізації продукції, що пояснюється здебільшого короткостроковістю дії договорів. Основними причинами формування цих витрат керівники назвали – відсутність гарантій виконання укладених контрактів; низьку заінтересованості переробників в укладанні довгострокових контрактів; диктат покупців при встановленні термінів і умов контрактів; низьку економічну привабливість короткострокових контрактів для сільськогосподарських товаровиробників.

Проведене дослідження дозволило встановити рівень пріоритетності витрат, які характеризують не використані можливості. Натомість позитивний аспект трансакційних витрат виявляється у вигляді витрат на ринкову адаптацію підприємства, а отже на формування та закріплення його конкурентної позиції, тому їх можна інтерпретувати як видатки.

3 метою зниження трансакційних витрат насамперед слід провести аналіз витрат пошуку інформації, що можна здійснити за допомогою таких загальновідомих методів: бенчмаркінг структури трансакційних витрат пошуку інформації; вартісний аналіз, що базується на вивченні окремих видів витрат і напрямів їх мінімізації; функціонально-вартісний аналіз, метою якого є ретельне вивчення складових процесу реалізації сільськогосподарської продукції та їх нормування з метою мінімізації витрат.

Одним із підходів щодо зниження трансакційних витрат є зменшення кількості посередників. Так, у результаті скорочення довжини каналів реалізації продукції можна подолати асиметрію інформації на продовольчому ринку регіону; впровадити систему електронної торгівлі на основі діючих електронних бірж, що дозволить скоротити довжину каналів реалізації сільськогосподарської продукції та приведе до зниження витрат на пошук інформації; побудувати вертикальні маркетингові системи. Сільськогосподарські товаровиробники продукції, переробні підприємства та сфера обігу, інтегруючись, матимуть більший обсяг інформації й швидше обмінюватимуться нею.

Основним чинником, який визначає ефективність товароруку сільськогосподарської продукції від виробника до споживача, є фаховий рівень підготовки спеціалістів, які виконують функції по збуту продукції. Зважаючи на це, сільськогосподарським підприємствам доцільно створити маркетинговий підрозділ (службу/відділ маркетингу) і в межах цього структурного утворення

залучити до роботи спеціально підготовлених фахівців. У нинішніх умовах товаровиробники мають обмежені можливості для створення таких підрозділів, тому доцільно, на першому етапі ці функції можуть виконуватися на основі делегування обов'язків фахівцям окремої служби (наприклад, виробничого, планово-економічно) здійснювати координацію та цілеспрямований розвиток збутової політики на підприємстві.

Виділимо коло функцій і обов'язків, необхідних для роботи сільськогосподарського підприємства в умовах посилення конкуренції, які сприяють підвищенню ефективності виробничо-збутової діяльності підприємства (табл. 3).

Вважаємо, що перелічені в табл. 3 заходи має виконувати спеціально створений на підприємстві підрозділ або делеговані для цього інші служби.

Таблиця 3

Перелік основних функцій щодо організації збутової діяльності сільськогосподарських підприємств

Функції	Суть і призначення функцій
1	2
Дослідження кон'юнктури ринку	Отримання інформації про ціни, конкурентів і їхніх клієнтів, запити покупців – дозволяє прийняти більш вигідні для підприємства маркетингові рішення
Пошук покупця	Виявлення можливих каналів реалізації, визначення обсягів попиту, умов співпраці, платоспроможності покупців – сприяє підвищенню ефективності продажів
Аналіз маркетингової та збутової діяльності	Визначення резервів і оцінка слабких сторін підприємства. Отримана інформація використовується при формуванні й коригуванні виробничої та маркетингової програм
Планування (стратегічне, поточне і оперативне)	Розробка планів на найближчі п'ять років за обсягами прибутку, виробництва і реалізації, часткою ринку, за рівнем конкурентоспроможності підприємства та його продукції. Складання програм дій для виробничого та маркетингового або збутового підрозділів на рік з метою конкретизації стратегічного плану. Плани допомагають сконцентрувати увагу персоналу підприємства на їх виконанні та вивести його на більш високий рівень ефективності виробництва і реалізації продукції

1	2
Формування товарного портфеля	Визначення перспективних сфер діяльності підприємства (видів виробленої продукції, робіт, послуг) з урахуванням запитів і платоспроможності покупців, інтенсивності конкуренції та можливостей підприємства виробити високоякісну продукцію з низькими витратами і можливістю її доставки із збереженням високої якості
Розробка збутової стратегії підприємства	Розробка умов залучення торгових посередників для продажу продукції підприємства. Визначаються: варіанти мотивації посередників; параметри для оцінки ефективності їх роботи; плани збуту із зазначенням рівня цін, лімітів витрат на реалізацію продукції, обсягів продажу і прибутку. Це дозволяє організувати активний та ефективний продаж виробленої продукції
Розрахунок витрат продажу	Визначення собівартості виробленої та реалізованої одиниці продукції залежно від виду каналу збуту, форми торгівлі, обсягу продажів, території, з урахуванням витрат на рух товару. Така інформація сприяє оптимальному вибору каналів, форм і обсягів збуту продукції
Формування політики просування	Формування сприятливої громадської думки про підприємство та його товари. Знайомить зі специфікою його діяльності, сприяє зростанню популярності продукції підприємства і збільшенню обсягів продажів
Коригування діяльності збутового та інших підрозділів підприємства	Виявлення негативного впливу якості роботи підрозділу підприємства (або фахівців) на ефективність збутової і загальної його діяльності (наприклад, великі витрати на виробництво, нестача фінансових коштів для організації маркетингу підприємства, відсутність інформації за цінами, покупцями, конкурентами і т. д.); конкретизація нормативних параметрів продукції, робіт, послуг і висунення вимог про проведення необхідних коректив

*Джерело: складено автором за [5,6,7,8].

Очевидно, що створення служби маркетингу або спеціалізованого підрозділу в сільськогосподарських підприємствах буде залежати від таких чинників: розмірів підприємства; обсягів виробництва продукції; фінансових можливостей; географії збуту;

специфічних особливостей його цільового ринку; широти товарного асортименту та специфіки продукції; цілей і ресурсів підприємства; стратегії розвитку тощо.

Висновки. Поряд із загальновідомими напрямками зниження собівартості виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції на ґрунті удосконалення галузевої структури підприємств із орієнтацією на вимоги ринку, підвищення продуктивності праці на основі комплексної автоматизації та механізації виробництва, дотримання режиму економії при використанні матеріально-грошових ресурсів, удосконалення маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств, у сучасних умовах доцільно приділити увагу скороченню транзакційних витрат, що виникають у процесі продажу сільськогосподарської продукції.

Література.

1. Грінченко А.В. Розмежування понять витрати, затрати, видатки та втрати / А.В. Грінченко // Економічний форум. — 2012. — № 3. — С. 5-9.
2. Замазій О.В. Проблеми обліку транзакційних витрат у діяльності суб'єктів господарювання / О.В. Замазій // Научные труды ДОНЕТУ. Серия экономическая. — 2004. — Выпуск 70. — С.95-100.
3. Коуз Р. Фирма, рынок и право / Пер. с англ. Б. Пинскера; науч. ред. Р. Капелюшников. — М.: Новое издательство, 2007. — 224 с.
4. Макалюк І.В. проблеми виявлення транзакційних витрат в інформаційній системі бухгалтерського обліку підприємства/ І.В. Макалюк // Ефективна економіка. — 2013. - № 2. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1814>
5. Теорія і практика маркетингу в Україні: монографія / А.Ф. Павленко, А. В. Войчак, В. Я. Кардаш, В. П. Пилипчук та ін., за наук. ред. проф., акад. АПН України А. Ф. Павленка. — К. : КНЕУ, 2005. — 284 с.
6. Черномаз П. А. Международный маркетинг: учебное пособие / П. А. Черномаз. — Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2008. — 232 с.
7. Шевченко Л. С. Введение в маркетинг: учебно-практическое пособие / Л. С. Шевченко. — Харьков : Консум, 2000. — 672 с.
8. Якубенко Ю. Л. Рівень конкурентоздатності сільськогосподарських підприємств / Ю. Л. Якубенко // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. — 2013. — № 2 (22). — Т.5: Економічні науки. — С. 299–311.

Якубенко Ю.А., Зубченко В.В. Фінансово-обліковий аспект трансакційних витрат сільськогосподарських підприємств та шляхи їх скорочення

Об'єкти агропродовольчого ринку не зорієнтовані на повне виконання функцій щодо просування сільськогосподарської продукції до споживачів, що збільшує обсяг трансакційних витрат. З метою зниження трансакційних витрат насамперед доцільно скоротити довжину каналів збуту на основі цілеспрямованого управлінського впливу, щоб усунути асиметрію інформації на продовольчому ринку регіону; впровадити систему електронної торгівлі на основі діючих електронних бірж; будувати вертикальні маркетингові системи. Більшість сільськогосподарських підприємств не мають можливості створити окремий маркетинговий підрозділ і повноцінну службу збуту, тому їх функції можна делегувати вже сформованим управлінським підрозділам.

Ключові слова: трансакції, трансакційні витрати, збут, сільськогосподарська продукція, товарорух, служба збуту.

Якубенко Ю.А., Зубченко В.В. Финансово -учетный аспект трансакционных издержек сельскохозяйственных предприятий и пути их сокращения

Объекты агропродовольственного рынка не сориентированы на полное выполнение функций по продвижению сельскохозяйственной продукции к потребителям, что увеличивает объем трансакционных издержек. С целью снижения трансакционных издержек прежде целесообразно сократить длину каналов сбыта на основе целенаправленного управленческого воздействия, чтобы устранить асимметрию информации на продовольственном рынке региона; внедрить систему электронной торговли на основе действующих электронных бирж; строить вертикальные маркетинговые системы. Большинство сельскохозяйственных предприятий не имеют возможности создать отдельное маркетинговое подразделение и полноценную службу сбыта, поэтому их функции можно делегировать уже сложившимся управленческим подразделениям.

Ключевые слова: трансакции, трансакционные издержки, сбыт, сельскохозяйственная продукция, товародвижение, служба сбыта.

Yakubenko Yu.L., Zubchenko V.V. Financial and accounting aspects of transaction costs of agricultural enterprises and ways of reducing

Objects agricultural products market is not oriented towards full implementation functions to promote agricultural products to consumers, which increases the amount of transaction costs. In order to reduce transaction costs primarily advisable to shorten distribution channels through purposeful managerial influence to eliminate information asymmetry in the food market in the region; implement a system of electronic commerce on the basis of existing electronic exchanges; build vertical marketing system. Most farms are unable to create a separate marketing department and full service marketing, because their functions can be delegated management units are formed.

Keywords: transactions, transaction costs, marketing, agricultural production, merchandising, sales department.

Рецензент – Демчук Н.І., д.е.н., професор