

А. М. Гура,

к. е. н., доцент кафедри менеджменту, Білоцерківський національний аграрний університет

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПАРТНЕРСЬКИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН ПРИ ЗБУТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

A. Gura,

Cand. Econ. Sci., associate Professor of management, Bila Tserkva national agrarian University

ORGANIZATIONAL BASIS FOR THE FORMATION OF PARTNERSHIPS WITH THE SALE OF AGRICULTURAL PRODUCTS

У статті розглядаються проблеми взаємовідносин при збуті сільськогосподарської продукції. Особлива увага приділяється розгляду проблем трансакційних затрат, які виникають у процесі реалізації. Запропоновані шляхи удосконалення взаємовідносин шляхом запровадження в типового договору — контрактації, виконання умов якого створює умови прозорості взаємовідносин між партнерами.

The article considers the problems of interrelations in the marketing of agricultural products. Special attention is paid to the issues of transaction costs, which arise in the process of implementation. The ways to improve relationships by introducing a model contract — Contracting. The terms of which creates conditions for the transparency of relations between the partners.

Ключові слова: збут, сільськогосподарська продукція, трансакційні витрати, контрагенти, контрактація, сільськогосподарський товаровиробник.

Key words: marketing, agricultural products, transaction costs, contractors, Contracting, agricultural producer.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В умовах мінливості ринкового середовища забезпечення ефективної діяльності з виробництва та реалізації продукції сільськогосподарським підприємствам необхідно постійно здійснювати пошук резервів зниження як виробничих витрат, так і витрат на організації товароруку та збут продукції. Нині сільськогосподарські підприємства витрачають значні кошти на пошук як постачальників, так і покупців, просування своєї продукції на ринку, контроль якості виробленої продукції, отримання ліцензій і т. д. Крім того, слід враховувати особливості здійснення обміну в суспільства, а саме: менталітет підприємців, етика ділового спілкування, несумлінність ділових партнерів, інформаційна асиметрія, а також наявність недобросовісних відносин.

Важливим фактором формування трансакційних витрат є рівень взаємодовіри суб'єктів ринку та довіри до держави. Показниками недостатнього рівня довіри можуть бути низький ступінь розвитку банківського та комерційного кредитування, непрозорість функціонування суб'єктів ринку, неоднакова доступність товаровиробників до ринкової інформації, недодержання нормативно-правових вимог при укладанні договорів та договірної дисципліни. Показниками довіри до держави можуть слугувати також швидкість обігу грошей в економіці та коефіцієнт монетизації ВВП, а також співвідношення формального й неформального секторів, оскільки висока частка неформального сектору свідчить про високий ступінь недовіри до держави.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Теоретичні, методологічні та прикладні положення щодо забезпечення ефективного збуту продукції висвітлені у працях вітчизняних та зарубіжних учених. Сутність збутової діяльності у практиці зарубіжних товаровиробників висвітлена у працях Г. Астратової, Ф. Букереля, А. Дайана, В. Ключача, П.Р. Колса, Р. Лан-

кара, А. Папцова, В. Узуна, М. Тейсі, Дж. Н. Уля та інших. Розвивають тему розвитку збуту сільськогосподарської продукції у вітчизняних умовах О. Варченко, А. Даниленко, С. Дусановський, О. Єраркін, С. Кваша, Д. Крисанов, Х. Махмудов, А. Михайлова, Л. Молдаван, Т. Осташко, П. Саблук, І. Свиноус, І. Соловйов, М. Соллодкий, Г. Шевченко, О. Шпикуляк, О. Шпичак та інші вчені. Зазначені наукові праці стали основою для побудови теоретичної бази дослідження. Водночас питання розробки раціональної системи збуту сільськогосподарської продукції у нинішніх умовах потребують урахування динамічних змін в аграрному секторі економіки та внутрішніх можливостей товаровиробників.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Основною метою статті є оцінити сучасний стан договірних взаємовідносин в процесі реалізації сільськогосподарської продукції та запропонувати шляхи їх удосконалення.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

За відсутності можливості впливати на існуючі інститути бізнес змушений формувати конкурентні переваги за рахунок інвестицій в репутацію. Невеликі розміри бізнесу знижують стимули до інвестицій в репутацію через складність розповсюдження інформації, оскільки здебільшого дрібний бізнес орієнтується на локальні ринки, на яких його потенційна клієнтура постійна і добре поінформована про його діяльність і конкурентів. Тим не менш сприяння малому бізнесу повинно супроводжуватися державним контролем за дотриманням правових норм і розвитком галузевих і міжгалузевих саморегульованих організацій, однією із функцій яких була б розробка стандартів поведінки в галузі й поширення інформації про свою діяльність серед потенційних партнерів і споживачів. Створення таких організацій приведе до обмеження конкуренції з аутсайде-

Таблиця 1. Динаміка та структура торговельної та транспортної націнки й обсягів випуску продукції

Націнка	2000 р.		2005 р.		2009 р.		2010 р.		2011 р.	
	млн грн.	%	млн грн.	%	млн грн.	%	млн грн.	%	млн грн.	%
Торгівлі	645	1,2	1643	1,8	3207	2,1	3687	2,4	4693	2,4
Транспорту	164	0,3	394	0,4	1094	0,7	1220	0,8	1372	0,7
Випуск продукції	54259	100,0	92540	100,0	152210	100,0	154202	100,0	189405	100,0

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України.

рами, але корисний ефект від інвестицій в довіру може бути досить високим.

Важливий засіб підвищення рівня довіри — це формування стійких довгострокових контрактів і відносин між суб'єктами господарювання. У цьому разі ринкові відносини замінюються двосторонніми альтернативними позаринковими. Фірми створюють свого роду захисні бар'єри як систему страхування від непередбачуваних коливань ринкових цін і можливої опортуністичної поведінки партнерів.

Відносини між фірмами характеризуються у такому разі високим ступенем взаємної довіри, тобто готовності надати партнерові кредит, цінові знижки, відстрочення платежу, змінити механізм оплати на інший, більш зручний. За даними анкетних опитувань, 55% — респондентів підприємств знижують ціну для своїх довготривалих партнерів, а 44% не вимагають передоплати, 39% дозволяють затримувати оплату, 30% надають додаткові безкоштовні послуги, 14% пропонують відібрати кращу продукцію і послуги, нарешті, 3% надають партнерам інші пільги й додаткові послуги [1, с. 29].

Міжгалузевий аналіз дає можливість більш поглиблено дослідити трансакційні витрати. Для обчислення величини трансакційних витрат нами використано методологію, що базується на аналізі системи таблиць "Витрати — Випуск" системи національних рахунків (СНР). Основним інструментом аналізу є метод "Витрати — Випуск", вперше розроблений американським економістом В. Леонт'євим [2, с. 123].

На основі аналізу міжгалузевих вартісних потоків нами розглянуто особливості формування трансакційних витрат в агропродовольчому комплексі країни у період з 2000 по 2011 р. Методологія оцінки трансакційних витрат із використанням цього методу базується на виділенні в галузевій структурі економіки трансакційних галузей. Усі галузі, продукція яких відображена в міжгалузевому балансі, об'єднуються в два сектори — трансформаційний і трансакційний. Кількість галузей, що належать до трансакційного сектору, залежить від ступеня деталізації міжгалузевого балансу. До трансакційного сектору нами віднесено такі галузі: торгово-посередницькі послуги та послуги фінансового посередництва, страхування, управління та громадських об'єднань. Дана галузь повністю носить трансакційний характер. Можливе включення до трансакційного сектору і послуг транспорту.

На основі двосекторного комбінованого міжгалузевого балансу можуть бути проведені обчислення і всебічно проаналізовані відносні й абсолютні трансакційні витрати, досліджено їх структуру і динаміку, здійснено прогнозування трансакційних витрат (табл. 1).

Як свідчать дані таблиці 1 протягом досліджуваного періоду зростає частка вартості послуг, які надають установи торгівлі та транспортні організації. Так, їхня частка зросла більш як у двічі в 2011 р. проти 2000 р. Такий процес є характерним для країн із ринковою економікою.

Витрати на маркетингову діяльність, утримання управлінського апарату, надання бухгалтерських та юридичних послуг в умовах сучасного ринку можуть перевищити вартість створення самого товару. Це стимулює появу фірм і галузей, що спеціалізуються на виробництві

трансакцій, — менеджмент, маркетинг, моніторинг, аудит, нові галузі права. Тому на макrorівні відбувається становлення сектору трансакцій, обсяг якого в провідних країнах досягає близько половини ВВП.

Як свідчать дані аналітичного обліку досліджуваних сільськогосподарських підприємств Київської об-

ласті, найбільшою є частка витрат на врегулювання спорів у судових органах, оплати праці та комісійним продавцям і торговим агентам, а також витрат на транспортування виробленої продукції [3, с. 209].

Основною причиною значних витрат на врегулювання спорів у судових органах є порушення договірних відносин між учасниками товароруку. Як свідчать результати анкетного опитування керівників і головних спеціалістів досліджуваних сільськогосподарських підприємств, відсоток невиконання договірних зобов'язань щодо постачання сільськогосподарської продукції становить у межах 15—50%.

Причинами невиконання договорів, на думку респондентів, були нестабільність економічної ситуації, недосконалість законодавства, фінансові проблеми покупців, форс-мажорні обставини. За результатами опитування найбільш ефективним інструментом отримання коштів сільськогосподарськими підприємствами є неофіційні методи впливу, якими користуються близько 58% респондентів при порушенні умов договору. Триваллий розгляд справ у суді призводить до збільшення трансакційних витрат і є неефективним засобом для більшості контрагентів. Зазначимо, що 7% опитаних керівників не вживають будь-яких заходів до порушників умов договору постачання.

Одним із проявів інституту довіри є спрямованість до стійкості міжгалузевих зв'язків із контрагентами. Так, 80% опитаних керівників підприємства проявляють постійність у цих взаємовідносинах. Високий рівень взаємної довіри між суб'єктами господарювання простежується у бажанні кредитувати сільськогосподарських товаровиробників, авансувати посівну кампанію, а також надавати відстрочку платежу, знижки, різноманітні пільги й додаткові послуги при реалізації продукції.

Недостатнє правове забезпечення позначається на контрактній практиці сільськогосподарських підприємств. Відсутність довгострокових контрактів посилює невизначеність у діяльності сільськогосподарських підприємств, що негативно впливає на прийняття рішень, розробку стратегій збуту продукції. Основними перешкодами при укладанні контрактів сільськогосподарські товаровиробники називають такі: відсутність стабільності ціни при укладанні контрактів; низький рівень заінтересованості переробників укладати довгострокові контракти; необ'єктивне визначення якості продукції; недостатня обгрунтованість каналів реалізації продукції [4, с. 201].

Вищезазвані перешкоди щодо укладання довгострокових договорів і недосконалість податкового законодавства призводять до появи торгово-посередницьких структур, які за комісійну винагороду вирішують проблему збуту сільськогосподарської продукції.

Пояснюється це укладанням середньострокових договорів (до 5 років) і посиленням відповідальності керівників сільськогосподарських підприємств за порушення чинного законодавства щодо ухилення від сплати податків при реалізації сільськогосподарської продукції, що призводить до витіснення посередників — платників єдиного податку.

До витрат на транспортування і страхування готової продукції належать витрати на збереження її на сертифікованих елеваторах і транспортування до них. Як свідчать результати опитування, майже половина підприємств (47%) вивозять продукцію транспортом організації, 33% опитаних керівників сільськогосподарських підприємств користуються послугами сторонніх транспортних організацій, решта (20%) — власним транспортом.

Основною причиною є невідрегульованість нормативно-правової бази у відносинах між контрагентами з купівлі-продажу сільськогосподарської продукції. Оцінка договорів у досліджуваних сільськогосподарських підприємствах переконує, що 46% господарств мають контракти, у яких умови взаємодії сторін уточнюються під час реалізації договору. Всі суперечки вирішуються у процесі неформальних переговорів. Класичний контракт (договір), у якому всі умови взаємодії сторін визначено та передбачено положення про те, що існуючі неузгодження між учасниками обміну вирішуються в суді, мають 54% господарств.

Оцінюючи рівень витрат пов'язаних із судочинством та професійних винагород за дотримання умов контрактів, необхідно звернути увагу на низьку професійну культуру керівництва сільськогосподарських підприємств. У зв'язку з економією коштів по фонду заробітної плати в досліджуваних сільськогосподарських підприємствах скорочено посаду юриста. Нині оформленням договору займаються керівники підприємств і головні спеціалісти, які не обізнані зі специфікою їх укладання, що в кінцевому результаті призводить до зростання трансакційних витрат по вищезазначеним статтям [5, с. 44].

Нині постає проблема створення нормативно-правового акта, який би регулював контрактні взаємовідносини сільськогосподарських товаровиробників і покупців. Зокрема в обов'язковому порядку договір візував, крім керівника підприємства, і юрист суб'єкта господарювання, який таким чином брав на себе відповідальність за правильність його складання.

Отже, нами згруповані основні причини дій учасників агропродовольчого ринку, які зумовлюють виникнення та збільшення трансакційних витрат, а саме: недосконалість законодавства, відмінності інтересів учасників, організаційно-правова культура та традиції. Крім того, має велике значення фінансово-економічний стан господарюючих суб'єктів і схильність контрагентів до ведення нелегального бізнесу, макроекономічні умови трансформаційного періоду та ін. Слід зазначити, що трансакційні витрати є досить високими як на макро-, так і на мікрорівнях.

В останні роки чітко простежується тенденція щодо розвитку довгострокових контрактних відносин, але зберігаються колишні організаційно-економічні відносини (не оформлені контрактами, засновані тільки на довірі, пошук випадкових контрагентів, оплата готівкою тощо). Невисокою є контрактна дисципліна, що також призводить до зростання трансакційних витрат.

У минулому практика заготівлі й закупівлі продукції сільського господарства супроводжувалася серйозними недоліками. Плани закупівель формували на один рік, які змінювалися шляхом доведення сільськогосподарським підприємствам додаткових обсягів реалізації. Ця обставина перешкождала здійсненню довгострокового планування виробничої діяльності.

Нині більшість учасників агропродовольчого ринку намагаються встановити довгострокові господарські зв'язки з купівлі-продажу сільськогосподарської продукції, що дозволяє усім учасникам товароруку планувати свою діяльність.

Фермери та контрактори вдаються до системи контрактації з різних причин. Перш за все вони прагнуть забезпечити себе від невизначеної ситуації на ринках окремих товарів. Переробники продукції, а в кінцевому

рахунку і споживачі зацікавлені в отриманні уніфікованих товарів стандартної якості. Контракти є засобом, який дозволяє задовольняти запити споживачів. З іншого боку, через контракти фермери можуть скласти уяву про споживчі пріоритети.

ВИСНОВКИ

У використанні системи контрактації фермери вбачають можливість стабілізації своїх доходів. Вони отримують вигоду від наявності гарантованого ринку збуту і цін, маючи доступ до технологічних новинок і перекладаючи значну частину витрат на контрактора. Переробні фірми укладають контракти з метою забезпечення однотипності продукції. Ця форма взаємодії з фермерами дозволяє їм домагатися скорочення витрат при переробці, пакуванні і сортуванні продукції, зниження роздрібних цін, але водночас підвищує величину прибутку контракторів.

У сфері обігу сільськогосподарської продукції виробник — традиційно більш слабка сторона. Це пояснюється специфікою сільськогосподарського виробництва, оскільки воно залежить від погодних умов та інших випадкових факторів (наприклад, хвороби і шкідники рослин). Тому основне завдання договорів, і перш за все контрактації — підвищити рівень правового захисту виробника-продавця з метою вирівнювання його економічних можливостей із можливостями покупця.

Література:

1. Вологин И.С. Анализ эффективности каналов реализации сельскохозяйственной продукции в приморском крае / И.С. Вологин. — Пенза: Приволжский Дом знаний, 2009. — С. 28—36.
2. Гончаров В.М. Организация трансформации маркетинговой политики на предприятиях: монография / В.М. Гончаров, О.Ю. Бронська, В.В. Філіпов. — Луганськ: Вид-во "Ноулідж", 2012. — 256 с.
3. Паска І.М. Організаційно-економічні засади реалізації великої рогатої худоби сільськогосподарськими підприємствами / І.М. Паска // Всеукраїнський науково-виробничий журнал "Інноваційна економіка". — 2012. — № 4 (31). — С. 206—210.
4. Шпичак О.М. Реалізація продукції особистими селянськими господарствами — витрати, ціни, ефективність / О.М. Шпичак, І.В. Свиноус. — К.: ІАЕ, 2008. — 320 с.
5. Пошатаев А.В. Дикарева С.А. Развивать маркетинг в агропродовольственной сфере / А.В. Пошатаев, С.А. Дикарева // Экономика сельского хозяйства России. — 2009. — № 3. — С. 43—46.

References:

1. Vologin, I. S. (2009), Analiz effektivnosti kanalov realizacii sel's'koxoz'jai'stvennoi' produkcii v primorskom krae [Analysis of the effectiveness of marketing channels of agricultural products in Primorsky Krai], Privolzhskii' Dom znanii', Penza, Russia.
2. Goncharov, V. M. Brons'ka, O. Ju. and Filipov, V. V. (2012), Organizacija transformacii marketingovoї politiki na pidpriemstvax [Organization of transformation marketing policies in enterprises], Vid-vo "Noulidzh", Lugans'k, Ukraine.
3. Paska, I. M. (2012), "Organizational and economic principles of implementation cattle by agricultural enterprises", Vseukraїns'kii' naukovo-virobnichii' zhurnal "Innovacii'na ekonomika", vol. 4, pp. 206—210.
4. Shpichak, O. M. and Svinous, I. V. (2008), Realizacija produkcii osobistimi seljans'kimi gospodarstvami — vitrati, cini, effektivnist' [Product sales of personal peasant farms — costs, price, efficiency], IAE, Kyiv, Ukraine.
5. Poshataev, A. V. and Dikareva, S. A. (2009), "Economics of agriculture in Russia", Jekonomika sel'skogo haz'jai'stva Rossii, vol. 3, pp. 43—46.

Стаття надійшла до редакції 10.09.2013 р.