

АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ СПІВПРАЦІ З КОНТРАГЕНТАМИ В ЗБУТОВІЙ СФЕРІ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ІНТЕГРАЦІЇ КОНЦЕПЦІЙ МАРЖИНАЛЬНОГО ПРИБУТКУ ТА ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ

ANALYSIS OF ECONOMIC EFFICIENCY OF COOPERATION WITH CONTRACTORS IN THE SALES SECTOR OF THE ENTERPRISE BASED ON THE INTEGRATION OF THE CONCEPTS OF MARGINAL PROFIT AND TRANSACTION COSTS

В статті висвітлюється проблема вибору найбільш оптимальних критеріїв оцінки економічної ефективності співпраці підприємства з ринковими контрагентами в збутовій сфері. Запропоновано економіко-математичну модель оцінювання економічного ефекту від співпраці з контрагентами, яка базується на виокремленні в експліцитній формі в її структурі показників виробничих (технологічних) та транзакційних витрат в розрізі їх змінної та постійної складової, що значно підвищує інформативність та прогнозну точність зазначеної моделі. Доведено, що транзакційні витрати виникають в рамках інформаційно-комунікаційного процесу на підприємстві, пов'язаного із організацією та поточною координацією економічних взаємовідносин з ринковими контрагентами. Запропоновано ієрархічну систему затратоутворюючих факторів для транзакційних витрат в збутовій сфері підприємства, що дозволяє більш точний розподіл останніх на постійну та змінну складову по відношенню до обсягу ринкових транзакцій.

Ключові слова: транзакційні витрати, маржинальна собівартість та маржинальний прибуток, інформаційно-комунікаційний процес, сфера збуту, контрагент.

В статье освещается проблема выбора наиболее оптимальных критериев оценки

экономической эффективности сотрудничества предприятия с рыночными контрагентами в сбытовой сфере. Предложена экономико-математическая модель оценивания экономического эффекта от сотрудничества с контрагентами, основанная на выделении в эксплицитной форме в ее структуре показателей производственных (технологических) и транзакционных издержек в разрезе их переменной и постоянной составляющей, что значительно повышает информативность и прогнозную точность указанной модели. Доказано, что транзакционные издержки возникают в рамках информационно-коммуникационного процесса на предприятии, связанного с организацией и текущей координацией экономических взаимоотношений с рыночными контрагентами. Предложена иерархическую систему затратообразующих факторов для транзакционных издержек в сбытовой сфере предприятия, что позволяет более точное распределение последних на постоянную и переменную составляющую по отношению к объему рыночных транзакций.

Ключевые слова: транзакционные издержки, маржинальная себестоимость и маржинальная прибыль, информационно-коммуникационный процесс, сфера сбыта, контрагент.

УДК 339.146.4

Шулла Р.С.

к.е.н., доцент

Ужгородський національний університет

Попик М.М.

к.е.н., старший викладач

Ужгородський національний університет

Повідайчик М.М.

к.е.н., доцент

Ужгородський національний університет

The article is dedicated to the analysis of economic efficiency of cooperation with contractors in the sales sector of the enterprise based on the integration of the concepts of marginal profit and transaction costs. It highlights the problem of the choice of the most optimal criteria for assessing the economic efficiency of the cooperation of the enterprise with market counterparts in the sales sector. The economic-mathematical model of estimating the economic effect from cooperation with contractors is proposed in the article. There is substantiated the expediency of the using of this model, which is based on the distinction in the explicit form in its structure of the indicators of production (technological) and transaction costs in the context of their variable and constant component, which significantly increases the informational content and predictive accuracy of the given model. The proposed model can be used not only as a tool for strategic analysis concerning the profitability of cooperation with potential contractors, but also as a tool for retrospective analysis while assessing the actual achieved economic result of cooperation with a single buyer. It is proved that transaction costs arise within the framework of the information and communication processes at the enterprise related to the organization and the current coordination of economic relationship with the market counterparties. There is proposed the hierarchical system of the cost-generating factors for transaction costs in the sales sector of the enterprise, which allows a more precise distribution of the latter into the constant and variable component relative to the volume of market transactions. It is proved that using of the operating profit indicator as a criterion for assessing the economic efficiency of cooperation with contractors in the sales sector of the enterprise can lead to false management decisions, since a significant part of the production (technological) and transaction costs, which underlie its calculation, are of a permanent nature, are expenses of jointly used capacities and can change only slightly with varying volume of transactions with a separate counterparty.

Key words: transaction costs, marginal cost and marginal profit, information and communication process, sales sector, counterparty.

Постановка проблеми. Високий рівень транзакційних витрат (ТАВ) у рамках механізму ринкового обміну є одним із ключових факторів, що призводить до стримування ділової активності на багатьох ринках та застосування альтернативних форм кооперації і координації діяльності між ринковими агентами. Недооцінка рівня ТАВ може призводити до ситуації, коли, на перший погляд, започаткування договірних відносин і співпраця між підприємством-виробником та покупцем здається прибутковою, а насправді, у довгостроковій

перспективі дохід від реалізації продукції покриває тільки виробничі (технологічні) витрати, а значний обсяг релевантних для довгострокових договірних відносин ТАВ, що виникають в сфері збуту промислових підприємств, залишаються непокритими. При цьому ситуація досить часто може ускладнюватися ще й тим, що для оцінки економічного ефекту співпраці з покупцем менеджмент промислових підприємств може використовувати неадекватні управлінській ситуації підходи до калькулювання собівартості реалізованої продукції

ції на основі так званої повної собівартості, яка не дозволяє правильно прогнозувати фінансовий результат для різних обсягів діяльності, оскільки в цих умовах суттєво викривляються реальні причинно-наслідкові взаємозв'язки між обсягом діяльності з однієї сторони, та витратами і прибутком з іншої сторони. Виходячи із цього виникає нагальна потреба у розробці методики оцінки економічної ефективності довгострокових взаємовідносин промислових підприємств з окремими покупцями, яка ґрунтується на інтеграції концепції маржинального прибутку та теорії трансакційних витрат, що, в свою чергу, дозволить їм приймати більш ефективні управлінські рішення щодо організації економічної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Використання концепції маржинальної собівартості та маржинального прибутку для прийняття управлінських рішень щодо доцільності співпраці з покупцями висвітлюються у наукових працях таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як С.Ф. Голов, Л.В. Нападковська, К. Дзурі (С. Drury), Д. Хан (D. Hahn), В. Кільгер (W. Kilger), П. Рібель (P. Riebel), Д. Адам (D. Adam) та ін. [1; 2; 5]. Концепція TAB детально висвітлюється, насамперед, в працях таких зарубіжних вчених, як Р. Коуз (R. Coase), О. Вільямсон (O. Williamson), А. Пікот (A. Picot), Х. Альбах (H. Albach) та ін. [6-8]. Використання економіко-математичного моделювання і теорії динамічних інвестиційних розрахунків для оцінки ефективності довгострокових економічних відносин між ринковими агентами (постачальниками та покупцями) здійснювали такі автори, як В. Меннель (W. Männel), Г. Цепфель (G. Zäpfel), Д. Адам (D. Adam) та ін. [2].

Постановка завдання. Використання підходу до оцінки економічної ефективності співпраці між ринковими контрагентами на основі або концепції маржинального прибутку, або теорії трансакційних витрат (TAB) не дозволяє повністю використати аналітичний потенціал зазначених інструментів. Вищого рівня інформативності при прийнятті стратегічних управлінських рішень щодо доцільності співпраці між контрагентами можна досягти, на нашу думку, при інтеграції маржинального підходу та теорії TAB, оскільки це дозволяє комплексно оцінити економічний результат з врахуванням релевантних витрат всіх функціональних сфер підприємства. Тому цілями цієї статті є не дослідження концепції маржинального прибутку та теорії TAB, а висвітлення їх інтегрованого потенціалу в підвищенні інформативності при аналітичній підтримці прийняття стратегічних управлінських рішень щодо доцільності співпраці між виробником та покупцем в довгостроковій перспективі.

Виклад основного матеріалу дослідження. В основі концепції маржинального прибутку лежить розуміння того, що доходи, витрати та

сформований на їх основі показник фінансового результату є наслідком впливу (дії) певної системи чинників. Одним із перших на це звернув увагу ще на початку минулого століття відомий німецький економіст О. Шмаленбах [5; 9]. При цьому основна увага науковців була спрямована на формулювання системи факторів витрат, а система факторів доходів залишалась довгий час і залишається в значній мірі ще і по сьогоднішній день менш дослідженою.

Серед затратоутворюючих факторів В. Кільгер пропонує виокремлювати щонайменше дві групи чинників: чинники змінних та чинники постійних витрат. До третьої групи він відносить так звані дискреційні витрати, величина яких взагалі не пов'язана з обсягом діяльності операційної системи. До першої групи чинників (змінних) витрат В. Кільгер відносить управлінські рішення щодо обсягу діяльності підприємства в цілому або його структурних підрозділів (місць виникнення витрат). До затратоутворюючих факторів постійних витрат В. Кільгер відносить управлінські рішення щодо формування потужностей підприємства або його структурних підрозділів (місць виникнення витрат) [5].

В цих умовах собівартість продукції визначається на основі тільки маржинальних витрат, які в короткостроковій перспективі автоматично реагують на коливання обсягу виробництва (продажу) продукції. Всі постійні витрати є витратами сформованих потужностей, змінюються тільки в довгостроковій перспективі і тому відносяться до витрат періоду, а не до витрат «на продукцію». Фінансовий результат (ФР) таким чином формується як:

$$\Phi P = O \cdot (C - M_{CB}) - ПВ \quad (1)$$

де O – обсяг діяльності підприємства; C – нетто-ціна (чистий дохід) на одиницю продукції; M_{CB} – маржинальна собівартість одиниці продукції; $ПВ$ – постійні витрати підприємства.

Теорія трансакційних витрат була вперше сформульована Р. Коузом як концепція для пояснення причин існування поряд з ринком такої інституціональної форми організації економічної діяльності як підприємство [6]. Основний зміст концепції Коуза полягає в тому, що процеси ринкового обміну не є для суб'єктів бізнесу безоплатними, а супроводжуються значними обсягами так званих трансакційних витрат (TAB). В умовах високого рівня TAB доцільною є інтеграція і координація діяльності суміжних стадій технологічного ланцюжка в рамках єдиної ієрархічної системи управління – в рамках підприємства. Для інтегрованого суб'єкта бізнесу це дозволяє суттєво знизити рівень TAB, але водночас призводить до зростання так званих координаційних витрат, пов'язаних із координацією діяльності в рамках ієрархічної структури управління. Критерієм переходу від інституціональної форми «ринку» до форми «підприємства» є переви-

щення рівня релевантних трансакційних витрат над координаційними і навпаки.

В літературі трансакційні витрати визначаються як витрати, пов'язані з побудовою (формуванням) економічних зв'язків та поточною координацією взаємовідносин між ринковими агентами. Це, насамперед, витрати маркетингового характеру (інформаційні витрати) в сфері постачання та збуту підприємства [3]. Натомість координаційні або організаційні витрати визначаються як витрати, пов'язані з побудовою (формуванням) та поточною координацією внутрішніх взаємовідносин між організаційними одиницями підприємства [3; 7].

Схематично сфери виникнення ТАВ та координаційних витрат представлені на рисунку 1:

Як видно з рис. 1 так звані зовнішні ТАВ виникають, насамперед, в збутовій сфері та сфері постачання підприємства в зв'язку із первинною побудовою економічних взаємозв'язків із покупцями, а так звані внутрішні ТАВ виникають в системі управління підприємства в зв'язку із формуванням організаційної структури підприємства, яка покликана координувати діяльність суміжних організаційних одиниць (підрозділів) в рамках транспортно-технологічного ланцюжка по створенню кінцевого продукту. При цьому зовнішні ТАВ виникають у обох контрагентів ринкової трансакції, але для цілей статті будуть аналізуватись ТАВ тільки збутової сфери підприємства-виробника при організації довгострокових відносин з покупцями.

Рис. 1 дозволяє тільки грубо окреслити сфери виникнення ТАВ, але не дозволяє більш глибоко зрозуміти їх сутності. Для цього більш детально з точки зору процесного підходу розглянемо еко-

номічні взаємозв'язки підприємства з окремим контрагентом в сфері збуту (рис. 2).

Відомий австрійський економіст Г. Зайхт виділяє три базові типи економічних процесів, які відбуваються в рамках господарської діяльності підприємства: матеріальний, фінансовий та інформаційний трансформаційний процес [9]. Матеріальний трансформаційний процес включає в себе певну сукупність послідовно виконуваних транспортно-технологічних операцій, направлених на створення, реалізацію продукції та забезпечення підприємства матеріально-технічними ресурсами. Фінансовий трансформаційний процес включає до свого складу операції фінансування з одного боку (отримання і використання джерел грошових ресурсів у вигляді виручки, кредитів, субвенцій, внесків власників тощо) та інвестування з іншого боку (витрачання коштів на придбання матеріально-технічних ресурсів, погашення кредитів, виплату дивідендів, вкладення в альтернативні сфери бізнесу тощо). Інформаційний трансформаційний процес включає операції когнітивного характеру і пов'язаний із отриманням, обробкою і передачею обробленої інформації в рамках управлінської діяльності організаційних одиниць на всіх рівнях управління підприємством. Зазначені види трансформаційних процесів відбуваються не тільки на підприємстві в цілому, але також і у взаємовідносинах підприємства з окремим контрагентом (рис. 2). При цьому виконання кожної операції в рамках трансформаційних процесів пов'язано із використанням (споживанням) економічних ресурсів [4].

Відомий німецький вчений А. Пікот зазначає, що ТАВ виникають в рамках трансакційного процесу, який за своєю суттю є інформаційно-комуні-

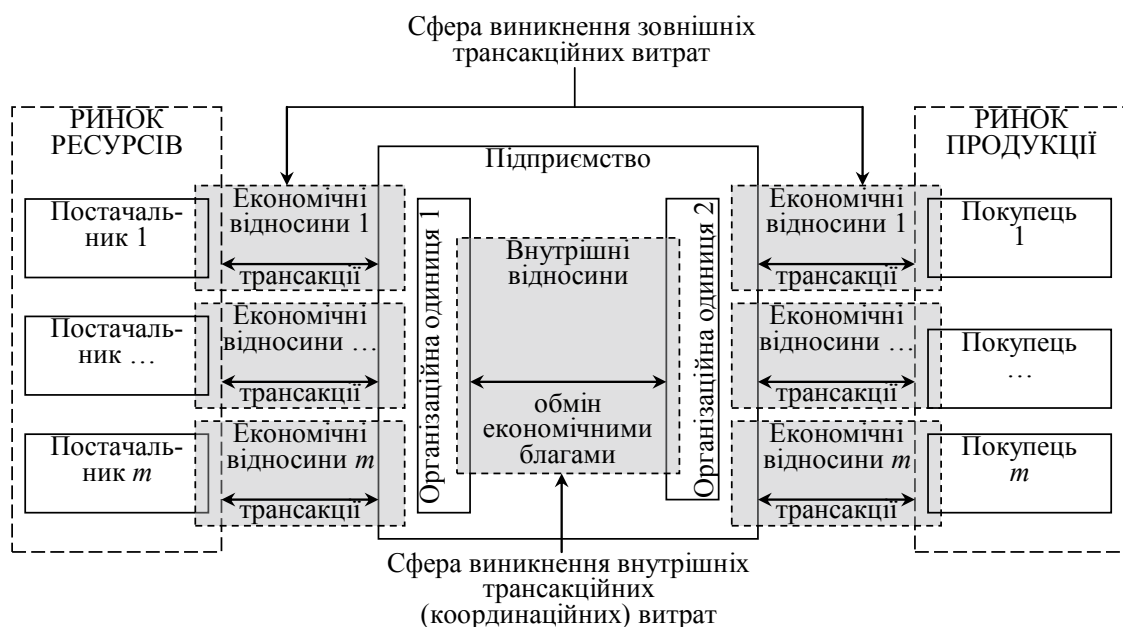


Рис. 1. Економічні відносини з контрагентами та внутрішні відносини між організаційними одиницями підприємства як сфери виникнення трансакційних та координаційних витрат

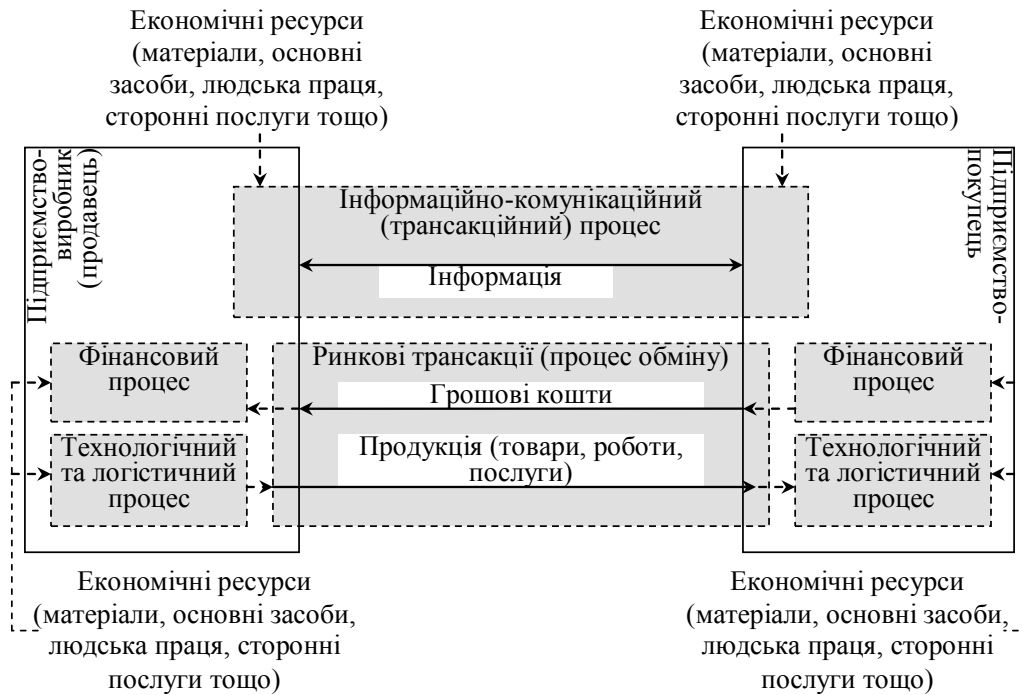


Рис. 2. Технологічний, фінансовий та інформаційно-комунікаційний процес як елементи економічних взаємовідносин між ринковими контрагентами

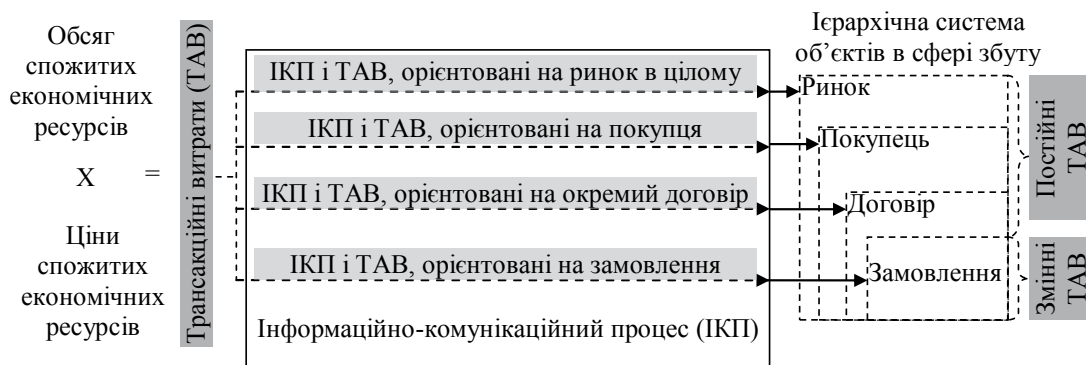


Рис. 3. Інформаційно-комунікаційний процес і транзакційні витрати, орієнтовані на ієрархічну систему об'єктів в сфері збуту

Джерело: авторська розробка

каційним процесом (ІКП) на підприємстві [7]. При цьому А. Пікот в сфері постачання та сфері збуту підприємства виділяє такі фази в рамках транзакційного процесу: 1) пошук контрагента (збір інформації про потенційного контрагента і умови реалізації потенційної транзакції); 2) фаза заключення договору як інструменту координації взаємовідносин між контрагентами (проведення переговорів, формулювання тексту договору і його заключення); 3) контроль кількісних, якісних та вартісних параметрів виконання договірних зобов'язань контрагентами (контроль якості продукції, обсягів та термінів поставок продукції, термінів оплати, контроль цінкових параметрів); 4) модифікація умов договору в зв'язку із міною обставин.

Отже, ТАВ виражають вартість спожитих факторів виробництва в рамках інформаційно-комунікаційного (транзакційного) процесу на підприємстві (рис. 3):

Але важливим для цілей управління, на наш погляд, є більш глибока диференціація інформаційно-комунікаційного (транзакційного) процесу як це представлено на рис. 3.

ІКП в сфері збуту підприємства орієнтований на певну ієрархічну систему об'єктів, серед яких можна виділити такі як ринок, покупець, договір та окреме замовлення в рамках договору. ІКП вищого ієрархічного рівня орієнтований на ринок в цілому (наприклад, рекламна кампанія продукції підприємства для всіх потенційних покупців).

ІКП на другому ієрархічному рівні направлений на встановлення договірних відносин із конкретним покупцем (підготовка переговорів, формулювання тексту договорів на поставку продукції, заключення договорів). Необхідно відмітити, що операції першої фази трансакційного процесу відносяться до такого об'єкту як «риннок» в цілому і не можуть бути віднесені до окремого покупця, оскільки результат пошуку потенційних контрагентів може бути і негативним. На 3-му ієрархічному рівні ІКП орієнтований на окремих договір: з покупцем у підприємства паралельно в часі може бути декілька договорів поставок – відповідно необхідним є виокремлення даного ієрархічного рівня ІКП. На найнижчому ієрархічному рівні міститься окреме замовлення, яке виконується в рамках певного договору поставки продукції. Контроль якісних, вартісних та кількісних параметрів є прикладом операцій трансакційного процесу на даному ієрархічному рівні.

Відповідно до ієрархічної класифікації об'єктів ІКП можна сформулювати ієрархічну класифікацію ТАВ: 1) прямі ТАВ по відношенню до такого об'єкту як ринок; 2) прямі ТАВ по відношенню до окремого покупця; 3) прямі ТАВ по відношенню до окремого договору, заключеного з певним покупцем; 4) прямі ТАВ по відношенню до окремого замовлення в рамках виконання зобов'язань за певним договором.

Від обсягу діяльності в рамках ІКП на зазначених ієрархічних рівнях прямо залежить і рівень відповідних ТАВ за календарний проміжок часу. Запропонована за принципом ієрархічності система (рис. 3) може інтерпретуватись як система затратоутворюючих факторів ТАВ в збутовій сфері підприємства.

При цьому із обсягом діяльності в рамках ринкових трансакцій (обсягу реалізації продукції) тісно корелює тільки обсяг діяльності в рамках ІКП процесу, орієнтованого на окреме замовлення. Відповідно до змінних ТАВ можуть відноситись тільки ТАВ, орієнтовані на окреме замовлення (вид продукції). Решта ТАВ – відносяться до групи постійних або дискреційних витрат, які мають переважно інвестиційний характер.

На основі вище наведеного проаналізуємо альтернативні підходи до оцінки економічного ефекту від співпраці підприємства з окремим покупцем. Якщо підприємство постачає покупцю певний вид продукції, то 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:

$$\Pi_j = D_j + B_j \quad (2)$$

де Π_j – плановий прибуток від взаємовідносин з j -м покупцем протягом очікуваного періоду співпраці; D_j – планові доходи від реалізації продукції

j -му покупцю протягом очікуваного періоду співпраці; B_j – повна собівартість реалізованої продукції j -му покупцю протягом очікуваного періоду співпраці.

Наведений у формулі 2 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 ТАВ та показника, який би в експліцитній формі характеризував обсяг діяльності між ринковими контрагентами (обсяг реалізації продукції).

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 міном суми прямих постійних витрат (формула 3) [5]:

$$\Pi_j = \sum_{i=1}^n (p_{ji} - v_{ji}) \cdot x_{ji} - KF_j \quad (3)$$

де Π_j – плановий прибуток від взаємовідносин з j -м покупцем протягом очікуваного періоду співпраці; p_{ji} , v_{ji} , x_{ji} – середньозважена ціна, середньозважена маржинальна собівартість, обсяг продукції i -го виду, реалізованої j -му покупцю протягом очікуваного періоду співпраці відповідно; KF_j – прямі постійні витрати, які безпосередньо пов'язані із взаємодіяльністю з j -м покупцем.

Недоліком наведеного вище підходу, на нашу думку, є те, що при розрахунку показника прибутку до уваги беруться тільки маржинальні виробничі витрати та прямі постійні виробничі 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 такій функціональній сфері як сфера збуту. 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 (трансакційні витрати).

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

$$\Pi_j = \sum_{i=1}^n (p_{ji} - v_{ji} - tc_{ji}) \cdot x_{ji} - KF_j - KT_j, \quad (4)$$

де KT_j – прямі постійні трансакційні витрати, які безпосередньо пов'язані із взаємодіяльністю з j -м покупцем (витрати 2, 3 та 4-го ієрархічного рівня

на рис. 3); tc_{ij} – змінні ТАВ на одиницю i -го виду продукції, пов'язані із реалізацією продукції j -му покупцю.

При потребі розподіл непрямих змінних 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 [4]. Значну частину вихідних даних (наприклад, трансакційні витрати) моделі досить важко спрогнозувати і менеджмент при їх визначенні змушений спиратись на емпіричну інформацію [3]. 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.

Висновки з проведеного дослідження.

1. На сьогоднішній день більшість підходів до оцінки економічної ефективності співпраці з покупцями ігнорують релевантність трансакційних витрат, а в якості критеріїв оцінки, зазвичай, використовується (повна) виробнича собівартість продукції та сформований на її основі показник операційного прибутку.

2. ТАВ в умовах переходу від ринку «виробників» до ринку «покупців» займають все більшу частку в структурі собівартості продукції промислових підприємств, що пов'язано із інтенсифікацією інформаційно-комунікаційних процесів в сфері менеджменту при реалізації стратегії диференціації виробничої програми і врахування побажань покупців.

3. ТАВ в економічній літературі класифікуються, зазвичай, за фазами трансакційного процесу. Але для цілей управління доцільною є також класифікація за ієрархічною системою об'єктів (ринку – покупець – договір – замовлення), на які направлений інформаційно-комунікаційний процес підприємства. Це, в свою чергу, дозволить більш точно моделювати причинно-наслідкові взаємозв'язки між ТАВ та їх чинниками.

4. Врахування в якості критерію оцінки економічної ефективності взаємовідносин із покупцями маржинального прибутку, сформованого на основі змінних технологічних та змінних трансакційних витрат, за мінусом прямих постійних технологічних та прямих постійних ТАВ дозволяє підвищити інформативність існуючих моделей оцінки, що значно підвищує їх прогностичну точність і дозволяє приймати на цій основі більш виважені управлінські рішення.

5. Подальшими напрямками удосконалення існуючих підходів до оцінки економічної ефективності співпраці із покупцями є інтеграція у запро-

поновану модель підходів теорії динамічних інвестиційних розрахунків, яка, базуючись на аналізі грошових потоків, дозволяє враховувати важливий для стратегічної перспективи принцип «вартості грошей в часі».

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Hahn, D. & Hungenberg, H. (1996). *PuK: Controllingkonzepte. Planung und Kontrolle, Planungs- und Kontrollsysteme, Planungs- und Kontrollrechnung*. 5 Aufl. Wiesbaden: Gabler.
2. Adam, D. (1997). *Produktions-Management*. 8. Aufl. Wiesbaden: Gabler.
3. Matje, A. (1996). *Kostenorientiertes Transaktionscontrolling: konzeptioneller Rahmen und Grundlagen für die Umsetzung*. Wiesbaden: Gabler.
4. Müller, H. (1993). *Prozeßkonforme Grenzplankostenrechnung: Stand, Nutzenanwendungen, Tendenzen*. Wiesbaden: Gabler.
5. Kilger, W. (1988). *Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung*. 9 Aufl. Wiesbaden: Gabler.
6. Coase, R. (1990) *The Firm, the Market, and the Law*. Chicago: University of Chicago Press.
7. Picot, A., Dietl, H., & Franck, E. (2002). *Organisation: eine ökonomische Perspektive*. 3. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
8. Williamson, O. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. Berkeley: University of California.
9. Seicht, G. (2001). *Moderne Kosten und Leistungsrechnung. Grundlagen und praktische Gestaltung*. 11 Aufl. Wien: Hardcover Linde Verlag.

REFERENCES:

1. Hahn, D. & Hungenberg, H. (1996). *PuK: Controllingkonzepte. Planung und Kontrolle, Planungs- und Kontrollsysteme, Planungs- und Kontrollrechnung*. 5 Aufl. Wiesbaden: Gabler.
2. Adam, D. (1997). *Produktions-Management*. 8. Aufl. Wiesbaden: Gabler.
3. Matje, A. (1996). *Kostenorientiertes Transaktionscontrolling: konzeptioneller Rahmen und Grundlagen für die Umsetzung*. Wiesbaden: Gabler.
4. Müller, H. (1993). *Prozeßkonforme Grenzplankostenrechnung: Stand, Nutzenanwendungen, Tendenzen*. Wiesbaden: Gabler.
5. Kilger, W. (1988). *Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung*. 9 Aufl. Wiesbaden: Gabler.
6. Coase, R. (1990) *The Firm, the Market, and the Law*. Chicago: University of Chicago Press.
7. Picot, A., Dietl, H., & Franck, E. (2002). *Organisation: eine ökonomische Perspektive*. 3. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
8. Williamson, O. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. Berkeley: University of California.
9. Seicht, G. (2001). *Moderne Kosten und Leistungsrechnung. Grundlagen und praktische Gestaltung*. 11 Aufl. Wien: Hardcover Linde Verlag.

Shulla RomanCandidate of Economic Sciences, Associate Professor
Uzhhorod National University**Popyk Mariana**Candidate of Economic Sciences, Senior Instructor
Uzhhorod National University**Povidaichyk Mykhailo**Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Uzhhorod National University**ANALYSIS OF ECONOMIC EFFICIENCY OF COOPERATION WITH CONTRACTORS
IN THE SALES SECTOR OF THE ENTERPRISE BASED ON THE INTEGRATION
OF THE CONCEPTS OF MARGINAL PROFIT AND TRANSACTION COSTS**

The purpose of the article is to highlight the integrated potential of the concept of margin profit and the theory of transaction costs for increasing the informational content with analytical support of strategic management decision-making concerning the expediency of long-term cooperation between the producer and the buyer.

Methodology. In the article there were used such methods as abstraction, comparison, induction, deduction, classification, economic-mathematical modeling.

Results. The article is dedicated to the analysis of economic efficiency of cooperation with contractors in the sales sector of the enterprise based on the integration of the concepts of marginal profit and transaction costs. It highlights the problem of the choice of the most optimal criteria for assessing the economic efficiency of the cooperation of the enterprise with market counterparts in the sales sector. The economic-mathematical model of estimating the economic effect from cooperation with contractors is proposed in the article. There is substantiated the expediency of the using of this model, which is based on the distinction in the explicit form in its structure of the indicators of production (technological) and transaction costs in the context of their variable and constant component, which significantly increases the informational content and predictive accuracy of the given model. The proposed model can be used not only as a tool for strategic analysis concerning the profitability of cooperation with potential contractors, but also as a tool for retrospective analysis while assessing the actual achieved economic result of cooperation with a single buyer. It is proved that transaction costs arise within the framework of the information and communication processes at the enterprise related to the organization and the current coordination of economic relationship with the market counterparties. There is proposed the hierarchical system of the cost-generating factors for transaction costs in the sales sector of the enterprise, which allows a more precise distribution of the latter into the constant and variable component relative to the volume of market transactions. It is proved that using of the operating profit indicator as a criterion for assessing the economic efficiency of cooperation with contractors in the sales sector of the enterprise can lead to false management decisions, since a significant part of the production (technological) and transaction costs, which underlie its calculation, are of a permanent nature, are expenses of jointly used capacities and can change only slightly with varying volume of transactions with a separate counterparty.

Practical implications. The results of the study can be used at the micro level in the practice of enterprises activity when evaluating the economic efficiency and results of cooperation with counterparties in the sales sector.

Value/originality. The scientific and applied value of the article is to develop a specific economic toolkit in the form of the economic-mathematical model for predicting future financial results in potential relationships with counterparties