

УДК 005.932:[338.439.01:664.7]

Седікова І. О.

Одеська національна академія харчових технологій

УПРАВЛІННЯ АСИМЕТРІЄЮ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ЗЕРНОВОГО РИНКУ

У статті досліджено визначення поняття «асиметрія інформації» та її вплив на розвиток конкуренції на зерновому ринку. Доведено, що при стабільному розвитку економіки конкурентне середовище формується тільки в умовах асиметрії інформації; при нестабільному – розвиток конкуренції припускає зниження рівня асиметрії інформації. Розроблено алгоритм регулювання конкурентних процесів ринку на основі управління інформаційною асиметрією.

Ключові слова: зерно, ринок, асиметрія інформації, конкуренція, управління, якість зерна, трансакційні витрати.

Постановка проблеми. Світовий досвід останніх десятиліть виявив нездатність ринкових механізмів саморегулювання забезпечити поступовий розвиток економіки. Даний факт обумовлює необхідність подальших досліджень щодо вдосконалення механізмів державного регулювання зернового ринку як фактору ефективного розвитку конкурентних процесів в умовах глобалізації. Зерновий ринок – це складна територіально-виробнича система, що забезпечує найбільш ефективний обіг зерна завдяки взаємодії ряду складових з виробництва, зберігання, транспортування, реалізації та споживання зернових в межах певного середовища, який формується під впливом природних, суспільно-географічних, економічних чинників. Ринок зерна забезпечує існування борошномельно-круп'яної, хлібопекарської, комбікормової, харчосмакової, спиртової, пивної галузей, а також ряду підприємств, що здійснюють зберігання, переробку, доробку, транспортування зерна та надають посередницькі послуги [1, с. 9-13]. Ефективність зернового господарства формується не тільки під впливом природних умов, а й під впливом соціально-економічних умов окремих регіонів. Вирішення глобальних проблем зернового ринку потребує індивідуального підходу до кожного регіону окремо [2, с. 10-14]. Суб'єктами ринку зерна є товаровиробники зерна, підприємства зі зберігання зерна, суб'єкти заставних закупок зерна та проведення інтервенційних операцій, акредитовані біржі та інші (рис. 1).

До складу інфраструктури при виробництві зерна, наприклад, включають: галузі транспорту; матеріально-технічне забезпечення, заготівлю, збут, складські, елеваторні і тарні господарства; мережі наукових і інформаційних підприємств; підприємства і організації обслуговування. Самостійно не виробляючи кінцевої продукції, галузі інфраструктури в значній мірі визначають кінцеві результати виробництва. Вони представляють проміжні ланки у загальному виробничому процесі.

Сьогодні інфраструктура зернового ринку в Україні

фактично сформована – створено мережу бірж, агроторгових домів, створені оптові продовольчі ринки, проте рівень їхнього функціонування далекій від бажаного. Як відомо, підходи сучасного неінституціоналізму дали можливість у цілому правильно описати модель ідеального вільного ринку, яка передбачає симетричне розповсюдження інформації між продавцями та споживачами, у результаті чого фактор невизначеності у взаємовідносинах між учасниками ринку зводиться до мінімуму. Основні складові неінституціоналізму – теорія прав власності та теорія трансакційних витрат. Згідно з [10, с. 187], трансакція – це окремий акт купівлі і продажу, операція обміну, яка відбувається між покупцем і продавцем.

Умовою здійснення трансакцій виступають трансакційні витрати. Ортодоксальна неокласична теорія розглядала ринок як досконалий механізм, де немає необхідності враховувати витрати з обслуговування угод. Ключове значення трансакційних витрат в функціонуванні економічної системи було усвідомлено завдяки статті Р. Коуза «Природа фірми» (1937 р.). Він показав, що при кожній операції необхідно проводити переговори, здійснювати нагляд, встановлювати взаємозв'язки, усувати розбіжності. Спочатку

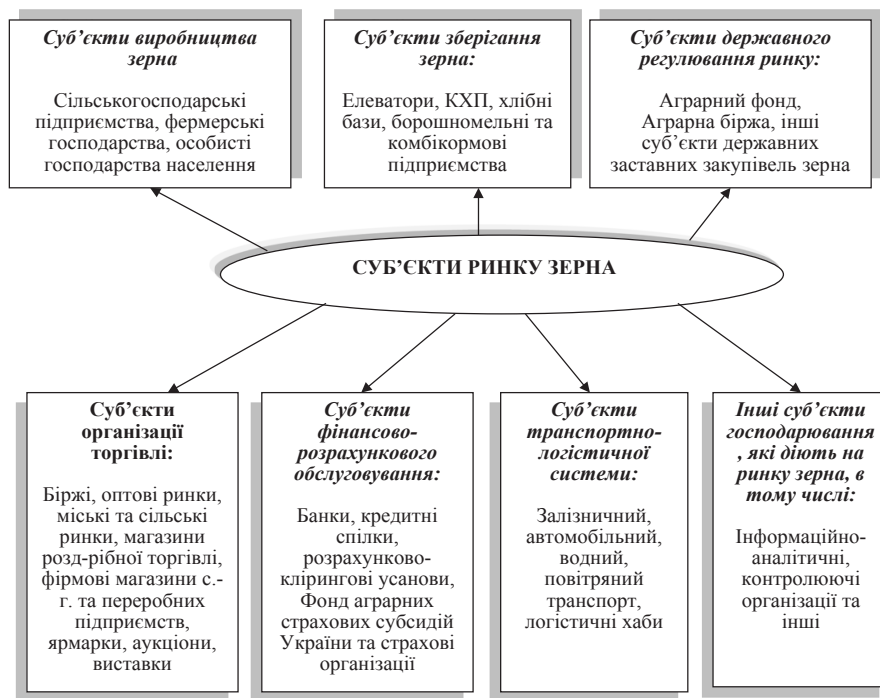


Рис. 1. Суб'єкти зернового ринку

Джерело : [власна розробка]

трансакційні витрати були визначені Р. Коузом як «витрати користування ринковим механізмом». За найбільш вживаним визначенням К. Далмана трансакційні витрати включають витрати збору, обробки інформації, проведення переговорів та прийняття рішень, контролю за дотриманням контрактів і примушення до їх виконання. Розвиваючи аналіз Коуза, прихильники трансакційного підходу запропонували різні класифікації трансакційних витрат. У відповідності з однією з них виділяються:

1. Витрати пошуку інформації.
2. Витрати ведення переговорів.
3. Витрати вимірювання.
4. Витрати специфікації та захисту прав власності.
5. Витрати «опортуністичної поведінки» – недобросовісна поведінка, що порушує умови угод або націлена на отримання односторонніх вигод в збиток партнерові.
6. Витрати «політизування» – витрати, які супроводжують ухвалення рішень усередині організації.

Аналіз проблеми соціальних витрат привів Коуза до висновку, який Дж. Стіглер назвав «теоремою Коуза». Суть її полягає в тому, що коли права власності всіх сторін ретельно визначені, а трансакційні витрати рівні нулю, то кінцевий результат (що максимізував цінність виробництва) не залежить від змін в розподілі прав власності. Коли трансакційні витрати рівні нулю, це означає: «Всі все знають і нове дізнаються миттєво і однозначно. Всі один одного розуміють ідеально, тобто слова не потрібні» [10, с. 195].

Інформаційна діяльність перетворилась на важливий елемент ринкової інфраструктури сучасного суспільства. В той же час нерівномірний розподіл інформації, різна її доступність для учасників ринкових відносин призводить до того, що частина економічних суб'єктів отримує переваги над іншими. Це призводить до деформації ринкового механізму та неефективності окремих складових економічної системи (а іноді і системи в цілому).

Визначення категорії «інформаційна асиметрія» у літературних джерелах, як правило, пов'язують із нерівномірним розподілом інформації між суб'єктами, нерівномірним володінням інформацією суб'єктами або її неповнотою. Інформаційна асиметрія ситуація, коли одна група власників ресурсів або покупців володіє необхідною для ведення бізнесу інформацією, а інша – не володіє [8]. В даному дослідженні асиметрія інформації визначається як «...захід нерівномірного розподілу поінформованості суб'єктів зернового ринку про певні дані відносно максимально можливої поінформованості». Це зумовлює вибір даної теми дослідження та засвідчує її актуальність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Критичний аналіз вітчизняних і закордонних наукових праць свідчить, що вплив асиметрії інформації на формування конкурентного середовища на ринку зерна практично не вивчене. Є лише окремі дослідження, що відображають вплив асиметрії інформації на економічні процеси. З робіт російських учених, у яких висвітлені аспекти впливу асиметрії інформації на функціонування ринків, можна виділити роботи С. Авдашевої, Н. Розанової, Р. Нуреевої, Таранухи, М. Юдкевича та ін. У закордонній науковій літературі проблеми асиметрії інформації пророблені більш ґрунтовно. Це праці нобелівських лауреатів Дж. Акерлофа, М. Спенса, Дж. Стиглиця. Питання стану та пер-

спектив розвитку ринку зерна знайшли своє відображення у роботах багатьох українських учених, серед яких В. Бойко, П. Гайдуцький, П. Саблук, І. Савенко, В. Сайко та ін. Однак дослідження, пов'язані з впливом асиметрії інформації на функціонування зернового ринку, носять загальнотеоретичний характер. Виходячи з важливості проблеми інформаційної асиметрії та наслідків, що супроводжують її, необхідно систематизувати наукові дослідження на предмет виявлення основних методів та підходів щодо зниження та подолання інформаційної асиметрії. На думку Дж. Акерлофа, проблема інформаційної асиметрії має тільки два способи розв'язання – гарантії і репутація. Причому реалізувати гарантії можна лише через суд, а гарна репутація можлива лише у відкритому суспільстві (в такому суспільстві кожен громадянин має вільний доступ до інформації про всі компанії та продавців) [3, с. 215].

Мета статті. Головною метою даної роботи є розробка пропозицій щодо формування механізму розвитку конкуренції на зерновому ринку на основі управління асиметрією інформації.

Виклад основного матеріалу. За валовими зборами врожаю регіони України можна розділити на три групи. Лідерами з вирощування зернових традиційно залишаються області лісостепу та степу, в яких валові збори складають вище 2 млн. тонн зерна (Вінницька, Одеська, Полтавська, Дніпропетровська, Черкаська, Кіровоградська, Миколаївська, Київська та Запорізька області). До другої групи (від 1 до 2 млн тонн) належать Донецька, Хмельницька, Чернігівська, Херсонська, Сумська, Харківська, Тернопільська та Житомирська області. Найменшими виробниками зерна (менше 1 млн тонн валових зборів) є Луганська, Рівненська, Львівська, Волинська, Чернівецька, Івано-Франківська та Закарпатська області. До складу Одеської області входять 26 районів. За агрокліматичних умов виробництво зерна в області об'єднано в 4 зони (північно-степова, центрально-степова, південно-степова та приміська зони), але нерівномірне випадання опадів, суховії, зимові відлиги погіршують умови вирощування культур та знижувати їх продуктивність. На рис. 2 відображено структуру виробництва зернових культур у розрізі районів центрально-степової зони Одеської області.

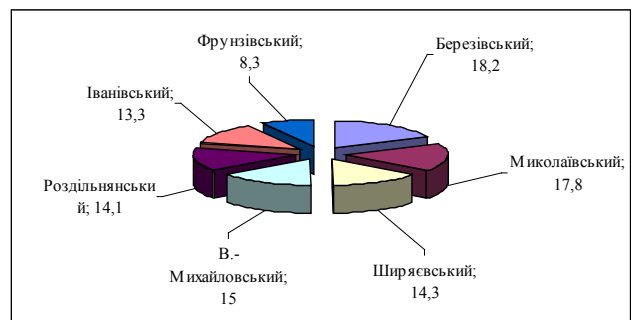


Рис. 2. Структура виробництва зернових культур у розрізі районів центрально-степової зони Одеської області, 2012-2013 рр., %

Джерело: [розроблено на основі даних 4]

Рівень урожайності починаючи з 2008 року є низьким і коливається у межах 7,6-25,2 ц/га. Об'єми валових зборів зернових культур залежать від зміни двох факторів: посівних площ і урожайності. Ступінь впливу цих двох факторів на врожай зернових представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Факторний аналіз зміни валового збору зернових у розрізі районів центрально-степової зони Одеської області

Райони	Площа посіву, тис. га		Урожайність, ц/га		Валовий збір, тис. ц		Відхилення (+,-) ц		
	2012 р.	2013 р.	2012 р.	2013 р.	2012 р.	2013 р.	Всього	у т.ч. за рахунок зміни	
								площі	урожайності
Березівський	60,9	82,2	27,03	21,28	1648,8	1749,6	100740	574040	-473300
В.-Михайлівський	48,3	44,9	29,60	27,53	1430,8	1237,3	-193535	-100670	-92865
Іванівський	39,4	40,6	33,98	29,06	1337,5	1181,6	-155831	43937	-199768
Миколаївський	45,1	41,6	32,25	22,44	1455,5	933,7	-521833	-114051	-407782
Роздільнянський	47,6	51,8	27,57	25,44	1314,2	1317,2	3065	113613	-110548
Фрунзівський	27,6	25,8	28,68	26,62	792,2	687,0	-105211	-52098	-53113
Ширяєвський	50,9	58,6	33,51	27,62	1708,6	1619,8	-88727	256776	-345503
Всього	319,8	345,5	212,62	179,99	9687,6	8726,2	-961332	721547	-1682879

Джерело: розраховано на основі 5

При наявності декількох суб'єктів ринку зі значними ринковими частками та провідним положенням на ринку стає можливим конкурентний тиск, який проявляється у формуванні бар'єрів у поширенні достовірної інформації щодо параметрів ринку. Це обумовлене тим, що інформація є основним елементом механізму конкуренції, тому доступ до найціннішої інформації або обмежений, або відсутній. Тому забезпечити доступ до достовірної для ефективного діяльності інформації здатні лише великі компанії, що володіють значними фінансовими ресурсами. У результаті суб'єкти зернового ринку використовують асиметрію інформації для одержання додаткового прибутку.

В умовах асиметрії інформації щодо якості продукції між продавцями та покупцями стратегічна поведінка продавців зернового ринку характеризується прагненням максимізувати прибуток шляхом цілеспрямованого викривлення інформації про якість. При цьому ДСТУ не надають гарантії, що продукція відповідає вимогам, і не знижують рівень асиметрії інформації про якість продукції, а формують переконаність у покупців у тому, що продукція задовольняє мінімальним вимогам якості. Асиметрія інформації про якість на ринку зерна проявляється в невідповідності внесених до технологічної документації показників якості, що приводить до підвищення ризику. У випадку асиметрії інформації між продавцями та покупцями про ціни на зерно та продукти його переробки поведінка продавців на ринку з асиметричним розподілом інформації залежить не тільки від стратегічної поведінки конкурентів, але й від ступеню поінформованості покупців про ціни на зерно та трансакційних витратах на пошук інформації. Результати проведеного дослідження ринку зерна свідчать, що поінформованість суб'єктів про ціни на зерно різноманітна. У результаті одним покупцям воно реалізується за більш високою ціною, іншим – низкою. Дослідження багатьох вітчизняних і закордонних учених свідчать про те що дані обставини впливають на розвиток конкурентних процесів і можуть привести до провалу ринку. Однак існує й протилежна думка, відповідно до якої конкуренція розбудовується тільки в умовах асиметрії інформації [6]. Беручи до уваги той факт, що визначення рівня асиметрії інформації безпосередньо пов'язане з кількісним виміром інформації, то поінформованість господарюючого суб'єкта може бути виражена [7, с. 487]:

$$\Delta H = H_{PR} - H_{PS} = -\log_2 w_i - (-\log_2 p_i), \quad (1)$$

де H_{PR} – максимально можлива ентропія суб'єкту (максимальна кількість інформації, якою може володіти суб'єкт господарювання); H_{PS} – фактична ентропія суб'єкту (кількість інформації, яка необхідна суб'єкту господарювання, для того щоб усунути невизначеність); w_i – імовірність для визначення максимально можливої ентропії; p_i – імовірність отримання суб'єктом якісної інформації.

Поширення інформації на кожному окремому галузевому ринку має ряд особливостей. Вибір ключових параметрів галузевого ринку при дослідженні визначається факторами процесу ціноутворення в умовах конкуренції. На наш погляд, зміни в поінформованості господарюючих суб'єктів про дані параметри є цілком достатніми для посилення конкуренції. Формування конкурентного середовища на ринку на основі управління рівнем асиметрії інформації припускає створення інформаційно-економічного механізму, використання якого регіональними органами влади дозволить розбудовувати економіку регіону за допомогою активізації конкуренції на даному ринку. Побудова інформаційно-економічного механізму базується на трьох основних елементах.

В якості першого елемента виступає матрична структура, у якій об'єднуються переваги лінійно-функціонального та програмно-цілового управління. Вона дозволяє швидко реагувати та



Рис. 3. Алгоритм взаємодії органів регіональної влади з підприємствами щодо інформаційного обміну

Джерело: власна розробка

адаптуватися до мінливих умов функціонування ринку, більш ефективно вирішувати окремі завдання управління рівнем асиметрії щодо параметрів ринку за їх видами.

В якості другого елемента виступає алгоритм взаємодії державних органів влади з підприємствами які займаються збором, обробкою та трансляванням інформації на галузевий ринок (рис. 3).

Інформація про якість зернових та продуктів його переробки надходить у базу даних від незалежних лабораторій з контролю якості. З'являється можливість об'єктивно оцінювати фактичну якість, тим самим знижуючи ймовірність виходу на ринок продукції, що не задовольняє вимогам державних стандартів, і знижуючи можливості маніпулювання продавцями інформацією про якість. Збір і перевірка інформації про ціни проводиться вибірково на підставі первинної документації підприємств регіональними органами влади. Якщо підприємство цілеспрямовано спотворює інформацію про ціни (трансльовані ціни (ТЦ) \neq фактичні ціни реалізації (ФЦ)), то по відношенню до нього регіональні органи влади вживають санкції, у якості яких виступає занесення керівників підприємств у список несумлінних підприємців та штрафи.

Необхідність формування списку несумлінних підприємців, що цілеспрямовано транслюють недостовірну інформацію на ринок, обумовлена тим, що він виступає як сигнал про ненадійність підприємця. Тому, якщо господарюючий суб'єкт зацікавлений у довгостроковому функціонуванні, формуванні позитивної репутації, даний інструмент стимулює підприємство до надання якісної інформації. У рамках даного алгоритму

штрафи виступають як регулятор економічних інтересів між виробниками та державними органами влади. Основним економічним інтересом підприємств виступає максимізація прибутку, у тому числі на основі асиметрії інформації. Тому при встановленні розмірів штрафу за викривлення інформації слід керуватися тим, щоб розмір штрафу перевищував додатковий прибуток, одержаний від використання асиметрії інформації.

$$Ш = (|P_{TP} - P_P^{\phi}|) \times Q, \quad (2)$$

де $Ш$ – розмір штрафу; P_{TP} – трансльована підприємствам на ринок ціна за певний період; P_P^{ϕ} – фактична ціна реалізації продукції в тому ж періоді; Q – фактичний обсяг реалізації продукції в тому ж періоді.

Якщо інформація про ціни виправлена або надходить без викривлень (ТЦ = ТФ), то державні органи влади приймають стратегічне рішення щодо зниження або збільшення рівня асиметрії інформації.

У якості третього елемента виступає – метод прийняття стратегічного рішення з управління рівнем асиметрії інформації.

Висновки і пропозиції. Асиметрія інформації є значимим чинником розвитку конкуренції на зерновому ринку. Доведено, що асиметрія інформації впливає на формування конкурентного середовища: при стабільному розвитку економіки конкурентне середовище формується тільки в умовах асиметрії інформації; при нестабільному – розвиток конкуренції припускає зниження рівня асиметрії інформації. Розроблено алгоритм регулювання конкурентних процесів ринку на основі управління інформаційною асиметрією.

Список літератури:

1. Бойко В.І Обґрунтування раціонального розміщення виробництва зерна / В.І. Бойко // Економіка АПК – 2012 – № 5. – С. 9-13.
2. Компанієць В.О. Україна в контексті світової торгівлі зерном: аналітичний огляд / В.О. Компанієць // Хранение и переработка зерна. – 2013. – № 5. – С. 10-14.
3. Теории в трудах нобелиантов: учеб. пособ. / М.В. Довбенко, Ю.И. Осик. – М. : Изд. дом «Академия Естествознания», 2011. – 360 с.
4. Національне рейтингове агентство «Рюрик». Огляд ринку сільського госпо-дарства за 9 місяців 2013 року // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ruric.com>. Уа.
5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
6. Спенс Майкл. Энциклопедия Кругосвет. Универсальная науч.-популяр. он-лайн-энциклопедия // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki.
7. Akerlof G. The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // Quarterly Journal of Economics. – 1970. – № 84. – Р. 485-500.
8. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://slovopedia.org.ua>.
9. Коуз Р. Фирма, рынок и право / Р. Коуз. – М. : Дело. 1993. – С. 10.
10. Трансформація вартості у розвитку відносин «підприємство-клієнт» : монографія / А. Чубала, Я. Віктор, Р. Неструй, К. Мазурек-Лопацинська, Р. Патора, М. Шимура-Тиц, Я. Отто, С. Крикавский, Н. Чухрай, М. Васелевский, С. Кубів, О. Мних, Н. Чернописька, М. Мамчин, Л. Якимичин, Я. Гаврись, Р. Мамчин. – Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2007. – 250 с.

Седикова И. А.

Одесская национальная академия пищевых технологий

УПРАВЛЕНИЕ АСИММЕТРИЕЙ ИНФОРМАЦИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ЗЕРНОВОГО РЫНКА

Резюме

В статье проведен анализ понятия «асимметрия информации», ее влияние на развитие конкуренции на зерновом рынке. Доказано, что при стабильном развитии экономики конкурентная среда формируется только в условиях асимметрии информации; при нестабильном – развитие конкуренции предполагает снижение уровня асимметрии информации. Разработан алгоритм регулирования конкурентных процессов рынка на основе управления информационной асимметрией.

Ключевые слова: зерно, рынок, асимметрия информации, конкуренция, управление, качество зерна, транзакционные издержки.

Sedikova I. A.

Odessa National Academy of Food Technologies

MANAGEMENT OF INFORMATION ASYMMETRY AS A FACTOR OF COMPETITIVE GRAIN MARKET

Summary

This paper investigates the definition of «information asymmetry» and its influence on the development of competition in the grain market. It is proved that the stable development of the economy competitive environment is formed only under conditions of asymmetric information; in unstable – the development of competition implies lower information asymmetry. The algorithm processes regulating competitive market-based management of information asymmetry.

Key words: grain, market, information asymmetry, competition, management of the quality of grain, transaction costs.

УДК 005.334:336.6

Семенчук Т. Б.

Загороднюк Н. А.

Київська державна академія водного транспорту імені гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного

УДОСКОНАЛЕННЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ДЛЯ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті сформовано визначення «антикризове управління» та удосконалено етапи антикризового управління підприємствами. За допомогою дослідження існуючих методик оцінки та діагностики кризових процесів на підприємствах обґрунтовано необхідність створення специфічної оцінки ефективності антикризового управління для підприємств транспортної галузі.

Ключові слова: оцінка ефективності антикризового управління, антикризове управління, підприємства транспортної галузі, процес антикризового управління.

Постановка проблеми. За сучасних складних та динамічних умов господарювання підвищуються вимоги до застосування вітчизняними підприємствами найбільш ефективних методів управління. У разі, якщо такі методи не знаходять свого використання, виникає велика вірогідність активації кризових процесів. Звідси часто вживаним стає поняття антикризового управління як засобу попереднього або поточного подолання чи мінімізації наслідків таких процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методи антикризового управління сформовані та проаналізовані в працях таких зарубіжних вчених, як: Г. Бірман, Р. Брелі, Дж. Фіннері, С. Шмідт, Р. Хіт. Серед вітчизняних науковців, предметом розгляду яких були різноманітні теоретико-методологічні та прикладні аспекти антикризового управління, є: З.Є. Шершньова, В.О. Василенко, В.Я. Захаров, Л.О. Лігоненко, А.Г. Грязнова, А.А. Биков, Т.Н. Беляцька та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Автори вищевказаних робіт по-різному дивляться на проблему кризи й кризову ситуацію в цілому, тому їх думки розрізняються. Наприклад, одні розглядають антикризове управління з погляду існуючих проблем фінансового характеру на рівні підприємства із виникненням негативної ланцюгової реакції в інших підприємств [1, с. 138]. Інші розглядають проблеми, які пов'язані не тільки з кризою якогось окремого підприємства, але й із несприятливими фінансовими умовами в економіці країни в цілому [2, с. 71]. Але всі існуючі методи антикризового управління, в основі яких є оцінка виявлення кризового стану, є загальні для підприємств та жодна з них не враховує особливості транспортної галузі. Проведен-

ня оцінки кризового стану транспортного підприємства по загальним методикам дає недостатньо зважений результат.

Відповідно? шляхи виходу з кризи не враховують всі можливі резерви покращення роботи транспортного підприємства. У зв'язку з цим виникає необхідність удосконалення оцінки кризового стану для транспортних підприємств як основи процесу антикризового управління.

Метою статті є теоретичне узагальнення сучасних методик оцінки кризового стану підприємств як основи процесу антикризового управління та обґрунтування необхідності удосконалення специфічної оцінки ефективності антикризового управління для підприємств транспортної галузі, зважаючи на їх стан розвитку та специфічність діяльності.

Виклад основного матеріалу. У будь-якому суспільстві як цілісній соціально-економічній системі, його окремих сферах або ланках час від часу відбуваються кризові явища, які загрожують існуванню самої системи. Найбільш істотне значення має подолання кризових станів на підприємствах. Їх кризовий стан відображається в тому, що погіршуються фінансові результати їх діяльності, вони стають нездатним отримувати прибуток, наслідком чого може бути банкрутство. Незважаючи на те, що підприємства поступово виходять з кризи, цей процес потребує прискорення. Основним засобом виживання підприємства у таких умовах виступає антикризове управління.

Антикризове управління – це така система управління підприємством, яка має комплексний, системний характер і спрямована на запобігання або усунення несприятливих для бізнесу явищ за допомогою використання всього потенціалу сучас-