

необхідності забезпечення принципу еквівалентності в обміні між промисловістю і аграрним сектором [24, с. 175, 176, 188].

Проблема розвитку економічних відносин на аграрному ринку в умовах трансформації економічних систем має недостатньо комплексний характер вивчення і теоретико-методологічного обґрунтування. Існує об'єктивна необхідність у поглибленому дослідженні економічних відносин на аграрному ринку в різних економічних системах та з урахуванням їх національних особливостей з метою формування вітчизняної моделі розвитку аграрного ринку.

### Література

1. Рязанов В.Т. Экономическое развитие России. Реформы и российское хозяйство в XIX–XX вв.: монография / В.Т. Рязанов. – СПб.: Наука, 1998. – 796 с.
2. Иноземцев В. Парадоксы постиндустриальной экономики / В. Иноземцев // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2000. – №3. – С. 3–11.
3. Мартынов А. Перспективы постиндустриальной трансформации и выбор долгосрочной стратегии стран СНГ / А. Мартынов // *Общество и экономика*. – 2005. – №9. – С. 5–47.
4. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Д. Белл; Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 2004. – 786 с.
5. Князев Ю. Как определить современное общество: постиндустриальное, информационное, общество знаний, научно-инновационное? / Ю. Князев // *Общество и экономика*. – 2006. – №10. – С. 131–154.
6. Цвылев Р. Метаморфозы индустриальной экономики: проблема экономических измерений / Р. Цвылев // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2001. – №2. – С. 11–19.
7. Чухно А.А. Твори: У 3 т. / А.А. Чухно. – К.: НАН України, 2006. – ... – Т. 2: Інформаційна постіндустріальна економіка: теорія і практика. – 2006. – 512 с.
8. Crafts N. Economic Growth in Europe Since 1945 / N. Crafts, G. Toniolo. – Cambridge: Cambridge University Press, 1996. – 600 p.
9. Kuttner R. The Economic Illusion: False Choices Between Prosperity and Social Justice / R. Kuttner. – Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1987. – 308 p.
10. Трансформаційна економіка: Навч. посіб. / [Савчук В.С., Зайцев Ю.К., Малий І.Й. та ін.] / В.С. Савчук (ред.), Ю.К. Зайцев (ред.). – К.: КНЕУ, 2006. – 612 с.

11. Цвылев Р. О некоторых закономерностях экономической эволюции: термодинамический аспект / Р. Цвылев // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2003. – №8. – С. 49–54.

12. Weizsäcker E. Factor Four: Doubling Wealth, Halving Resource Use – A Report to the Club of Rome / Ernst U. von Weizsäcker, Amory B. Lovins, L. Hunter Lovins. – London: Earthscan, 1996. – 224 p.

13. Князев Ю.О современном этапе эволюции рыночной экономики / Ю. Князев // *Общество и экономика*. – 2009. – №4–5. – С. 91–117.

14. Осадчая И. Постиндустриальная экономика: меняется ли роль государства? / И. Осадчая // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2009. – №5. – С. 31–42.

15. Лапинкас А.А. Типы и особенности функционирования экономических систем: систем.-функц. подход к исслед. эволюции хоз. орг. / А.А. Лапинкас. – СПб.: НИИ химии С-Петербур. гос. ун-та, 2001. – 380 с.

16. Поппер К. Открытое общество и его враги: [В 2 т.] / Карл Поппер; Пер. с англ. под общ. ред. В.Н. Садовского. – М.: Феникс, 1992. – ... – Т. 2: Время лжепророков: Гегель, Маркс и другие оракулы. – 1992. – 525 с.

17. Сорос Дж. О глобализации / Джордж Сорос; Пер. с англ. А. Башкирова. – М.: ЭКСМО, 2004. – 219 с.

18. Иноземцев В.Л. Расколота цивилизация: Наличествующие предпосылки и возможные последствия постэкономической революции / В.Л. Иноземцев. – М.: Наука, 1999. – 703 с.

19. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура: монография / М. Кастельс; Пер. с англ. под науч.ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 607 с.

20. Яковец Ю.В. О новой глобальной стратегии устойчивого развития на базе партнерства цивилизаций / Ю.В. Яковец // Бюллетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2010. – №1 (3). Том 1. – С. 415–431.

21. Зевин Л. Национальные экономические системы в глобальных процессах / Л. Зевин // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2003. – №11. – С. 17–24.

22. Stiglitz J. Making Globalization Work / J. Stiglitz. – New York: W.W. Norton & Co., 2006. – 358 p.

23. Состояние продовольственной необеспеченности в мире: 2010 [Электронный ресурс] / Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций // Режим доступа: <http://www.fao.org>.

24. Кукурудза І.І. Політична економія: матеріали до лекцій та семінарів / І.І. Кукурудза. – Вид. 2-ге, доп. – Черкаси: Вид. від. ЧНУ ім. Богдана Хмельницького, 2007. – 368 с.

*Н.С. МЕДЖИБОВСЬКА,  
к.е.н., Одеський державний економічний університет*

## Нова економічна парадигма: вплив на матеріально-технічне забезпечення

*Стаття присвячена визначенню вектора трансформації матеріально-технічного постачання в сучасних умовах господарювання. Проведено аналіз зміни економічних парадигм за останнє сторіччя, ідентифіковані наслідки, що ви-*

*пливають із цієї зміни та мають вирішальний вплив на трансформацію функцій постачання. Запропоновано магистральні напрями й найбільш релевантні інструменти такої трансформації.*

**Ключові слова:** економічна парадигма, матеріально-технічне забезпечення, інновація, інформаційно-комунікаційні технології, електронне постачання.

*Статья посвящена определению вектора трансформации материально-технического снабжения в современных условиях хозяйствования. Проведен анализ смены экономических парадигм за последнее столетие, идентифицированы вытекающие из этой смены последствия, оказавшие решающее влияние на трансформацию функций снабжения. Предложены магистральные направления и наиболее релевантные инструменты такой трансформации.*

**Ключевые слова:** экономическая парадигма, материально-техническое обеспечение, инновация, информационно-коммуникационные технологии, электронное снабжение.

*The transformations' vector of the material and technical procurement has been considered according the current business conditions. The present work analysis the changes of the economic paradigms during the last century, and defines the main consequences resulting from this changes and making the decisive influence to the procurement functions. The main directions and the most relevant instruments to such transformations are offered.*

**Постановка проблеми.** Сучасна практика господарювання в Україні показує недостатню увагу до ролі матеріально-технічного постачання в досягненні конкурентних переваг. На багатьох підприємствах постачання розглядається як другорядна, обслуговуюча діяльність і не вважається центром відповідальності, для якого ведеться відособлений облік як витрат, так і доходів. Непрямим підтвердженням такого положення є відсутність у плані рахунків бухгалтерського обліку окремої статті «витрати на матеріально-технічне постачання» (на відміну від статті 93 «витрати на збут»).

Світова практика господарювання показує, що роль постачання в управлінні підприємством поступово зміщується від рішення тактичних завдань до стратегічного. Так, функції підрозділу постачання виходять далеко за рамки рішення оперативних завдань безперервного забезпечення підприємства необхідними сировиною, матеріалами й т.п., і включають участь у розробці нової продукції, плануванні виходу на нові ринки, формуванні стратегії підприємства тощо.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Недоліки постачанняської практики господарювання активно обговорюються в науковій літературі. Так, у ряді досліджень відзначається, що основні джерела підвищення конкурентоспроможності шукаються в сфері виробництва й збуту, і менша увага приділяється ролі матеріально-технічного постачання. На доказ приводиться той факт, що «процес реформування й реструктуризації, проведений на рівні підприємств, торкнувся в основному відділів збуту, в той час як відділи постачання істотно не змінили поле своєї функціональної діяльності». Далі, «під час відсутності колишньої системи планування матеріально-технічного постачання, багато підприємств і сьогодні не мають ефективний ре-

сурсної стратегії, на відміну від стратегії збуту» [1–4]. Разом із тим звіти світових дослідницьких компаній показують, що постачання поступово стає центром формування прибутку підприємства [5–7].

**Метою статті** є визначення вектора трансформації матеріально-технічного постачання в сучасних умовах господарювання.

Для реалізації поставленої мети нами буде проведений (1) аналіз зміни економічних парадигм, що відбулися за останнє сторіччя, (2) ідентифікація наслідків, що випливають із цієї зміни та мають вирішальний вплив на трансформацію функцій постачання, (3) визначення магистральних напрямків і інструментів такої трансформації.

**Виклад основного матеріалу.** Еволюцію економічних парадигм протягом останнього сторіччя можна умовно розділити на три етапи. Перший пов'язаний з етапом масового виробництва, що характеризувався «невеликим числом компаній на ринку, низькою розмаїтістю продукції й перевищенням попиту над пропозиціями» [8]. Технології масового виробництва були спрямовані на зниження витрат і збільшення обсягу випуску однорідної продукції стабільної якості.

Цей період часто називають періодом влади виробника. Перемогу в конкурентній боротьбі забезпечувала пропозиція нижчої ціни при нормальній якості товару. Незважаючи на зрозумілу сьогодні обмеженість, даний підхід вирішував два найважливіших соціальних завдання – стимулював розвиток науково-технічного прогресу й забезпечив доступність товарів для основної частини населення розвинених країн. Хрестоматійним прикладом стала «демократизація автомобілів» Генрі Форда при дотриманні його розуміння основного принципу («індивідуалізації»): «Ви можете вибрати будь-який колір, що вам подобається, якщо цей колір чорний».

Світова економічна криза надвиробництва товарів (1929–1933) позначила перехід компаній до нової конкурентної політики. В главу кута одночасно з масовим виробництвом і зниженням витрат стало вдосконалювання збутової політики.

І. Ансофф назвав цю епоху «ерою масового збуту» і відзначив, що «на противагу колишньої виробничої орієнтації баланс успіху став схилитися убік ринкової орієнтації». Уже на початку 30-х років ХХ ст. компанія «Дженерал Моторз» першою переключила увагу з виробництва на ринок. Введення принципу щорічної зміни моделей символізувало перехід від стандартної продукції до диференційованої [9].

Таким чином, середина минулого століття ознаменувалася насиченням ринку однотипною продукцією, що привело до необхідності урахування переваг користувачів і далі до продуктової диференціації. У цьому зв'язку можна говорити про формування маркетингово-орієнтованої економічної парадигми, що, на нашу думку, є переважаючою на даний час. Однаковість продуктів змінилась їхньою сегментацією на основі розподілу споживачів по групах відповідно до заздалегідь визначених ознак – статтю, віком, соціальним або сімейним станом тощо.

Головним завданням підприємств стало формування потреби у своїй продукції й лояльності своїх користувачів, і, як слідство,

## МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

з'явилася необхідність у спеціальних інструментах керування, що забезпечують найкраще рішення даних завдань. Одним з таких інструментів став маркетинг, і 70-ті роки минулого століття ознаменувалися появою сучасної теорії маркетингу.

Через відкритість і загальнодоступність багатьох технологічних і організаційних інновацій основою диференціації стали не функціональні відмінності продуктів, а їхні споживчі якості (зовнішній вигляд, упакування, ергономіка, стиль, статус тощо). У цьому зв'язку відмітною характеристикою маркетингово-орієнтованої парадигми стало фокусування на залученні уваги покупців і застосуванні маркетингових прийомів конкурентної боротьби, таких як асортиментна політика, комунікаційна стратегія, споживчі інновації й дизайн.

Природним обмеженням розвитку маркетингово орієнтованої парадигми стала частка ринку, нарощування якої в умовах гострої конкуренції стало складним і дорогим заходом. Значну частку зростання найчастіше забезпечувало поглинання конкурентів, розширення вже існуючих торговельних марок або переконання споживачів перейти на покупку продукції компанії за допомогою масової реклами й мер по стимулюванню збуту. Далі серйозною проблемою розширення існуючої частки ринку стало використання знеособленого підходу до маркетингових комунікацій, розрахованого на усередненого споживача й масове подання інформації. Очевидним обмеженням такого підходу стало ігнорування індивідуальних переваг і тому нечутливість до змін споживчого попиту

Розвиток і повсюдне поширення інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), насамперед Інтернет, забезпечили, з одного боку, легкий доступ основної частини населення до необхідної інформації про товари й послуги, з іншого – наявність діючих інструментів для доступу компаній до своїх споживачів і організації ефективної взаємодії з ними. Споживачі стали більш обізнаними і впевненими у своєму виборі, а компанії – у настрої й поведженні своїх клієнтів. Більше того, сучасні ІКТ дозволили залучити споживачів у процес розробки товарів і послуг, тим самим забезпечивши більш повну реалізацію їх потреб.

У цьому зв'язку можна говорити про формування клієнто-орієнтованої економічної парадигми, суть якої можна звести до трьох найбільш важливих характеристик [8]:

– фокусування на втриманні вже існуючих клієнтів. У зв'язку зі зростанням витрат на збільшення частки ринку за рахунок залучення нових споживачів компанії направляють свої зусилля на

зміцнення взаємин з існуючими клієнтами і зростання продажів за рахунок збільшення частки їхнього споживання;

– індивідуалізація взаємин із клієнтами. Сучасні ІКТ дозволяють установлювати персоналізовані взаємини із клієнтами й ураховувати їхні особисті потреби;

– співробітництво, засноване на відносинах, а не продукті. Оскільки функціональні й споживчі якості продуктів мало відрізняються друг від друга, основою конкурентної боротьби стало співробітництво і зміцнення взаємин із клієнтами.

Закономірним результатом становлення клієнто-орієнтованої економічної парадигми стало формування нового комплексу правил поведінки, а саме:

– поглиблення й актуалізація ураховання потреб клієнтів;

– розширення участі споживачів у процесах конструювання й розробки продукції;

– випуск кастомізованої продукції, що враховує індивідуальні побажання замовників;

– створення унікальних споживчих комплексів, які крім продуктів включають ряд супутніх послуг;

– формування мережі бізнес-партнерів, діяльність яких спрямована на об'єднання й синхронізацію зусиль із метою оперативної реалізації потреб користувачів.

Характерні риси економічних парадигм останнього сторіччя показані в таблиці.

Все вищесказане дозволяє нам зробити висновок про те, що формування клієнто-орієнтованої економічної парадигми ставить посилені вимоги до ролі матеріально-технічного постачання як до джерела досягнення конкурентоспроможності підприємства. Необхідність оперативного реагування на мінливість переваг споживачів і задоволення їхніх індивідуалізованих потреб змушує підприємства встановлювати більш тісні взаємини з постачальниками, що у свою чергу підвищує роль і відповідальність підрозділу постачання в загальних результатах діяльності підприємства.

У цьому зв'язку сучасні технології постачання спрямовані, по-перше, на посилення співробітництва між учасниками ланцюга поставок, по-друге, на підвищення вимірюваності результатів діяльності, по-третє, на підвищення значимості постачання в досягненні як короткострокових, так і стратегічних результатів.

Ряд наукових досліджень підтверджують той факт, що ключовою рушійною силою еволюції функцій постачання називає ІКТ [5–7]. На наш погляд, одним із діючих інструментів такої трансформації є електронне постачання.

### Характерні риси економічних парадигм XX–XXI ст.

Економічні парадигми	Клієнто-орієнтована	Маркетингово орієнтована	Виробничо-орієнтована
Цільова група споживачів	Індивідуальні споживачі	Сегментовані групи споживачів	Масовий споживач
Фокус конкурентної боротьби	Міжорганізаційний ланцюг поставок	Внутрішній ланцюг поставок	Внутрішній ланцюг поставок
Фактор досягнення конкурентоспроможності	Взаємини із клієнтами	Клієнти	Відділ управління ланцюгами поставок і взаєминами із клієнтами
Об'єкт уваги	Споживчі властивості товару	Конкуренти	Відділ маркетингу
Відповідальний підрозділ підприємства	Функціональні властивості товару	Технології	Виробничий відділ

Під електронним постачанням ми розуміємо організаційно-управлінський механізм, у рамках якого підприємства використовують інформаційно-комунікаційні технології для встановлення угод про придбання товарів або послуг (укладання контрактів) або закупівлі продуктів або послуг в обмін на кошти (безпосередньо процес закупівлі). Іншими словами, електронне постачання підтримує, інтегрує або автоматизує один або більше етапів процесу постачання.

Електронне постачання здатне скоротити трансакційні витрати, зменшити тривалість здійснення трансакцій, збільшити обґрунтованість закупівель і скоротити частку закупівель поза контрактами. Зниження витрат пов'язане зі зменшенням паперової роботи, внаслідок чого зменшується кількість помилок і підвищується ефективність усього процесу постачання. Спрощення процесу постачання приводить до скорочення його тривалості, збільшення гнучкості в прийнятті рішень і забезпечує актуальність інформації.

Підвищення обґрунтованості процесу постачання відбувається за рахунок використання актуальної достовірної інформації, інтеграції інформаційних систем бізнес-партнерів тощо.

Електронне постачання здатне підвищити частку закупівель, здійснюваних у рамках існуючих контрактів. Ігнорування таких контрактів негативно впливає на результативність постачання, оскільки не дозволяє повною мірою використати ефект економії на масштабі.

Крім того, електронне постачання сприяє децентралізації процесів закупівлі. Дослідження показують, що 80% обсягу закупівель промислових підприємств доводиться на продукцію, вартість якої становить 20% від загальної величини закупівель підприємства (звичайно це предмети для технічного обслуговування, ремонту й експлуатації) [10, 11]. Іншими словами, 80% часу працівників підрозділу постачання доводиться на здійснення відносно дрібних закупівель. Технології електронного постачання дозволяють розподіляти повноваження закупівлі між робочими станціями – місцями виникнення таких потреб, тим самим звільнити працівників відділу постачання для виконання стратегічно значимих завдань. Такі технології можуть обмежувати повноваження відповідальних осіб шляхом визначення кола потенційних каталогів і продуктів, цін і умов поставки тощо. Крім того, децентралізація функцій постачання здатна підвищити відповідальність співробітників компанії на місцях і прискорити обробку їхніх замовлень.

На нашу думку, що електронне постачання можна віднести до інновацій процесного типу. Для доказу цього скористаємося термінологією «Посібника зі збору й аналізу даних по інноваціях (Керівництво Осло)», що є основним методологічним документом Організації економічного співробітництва й розвитку (ОЕСР) в області інновацій<sup>1</sup> [12]. Під інновацією там розуміється «введення у вживання якого-небудь нового або значно поліпшеного продукту (товару або послуги) або процесу, нового методу маркетингу або нового організаційного методу в діловій практиці, організації робочих місць або зовнішніх зв'язків». У Керівництві Осло мінімальною ознакою інновації вважається вимога, щоб продукт, процес, метод маркетингу або організації був новим (або значно поліпшеним) для практики даної фірми.

Ми вважаємо електронне постачання інновацією в області вдосконалення процесу постачання, що поступово й повсюдно охоплює бізнес-діяльність все більшого числа суб'єктів підприємства. Так, у країнах Європейського Союзу в 2009 році 12% підприємств одержували замовлення, а 24% робили закупівлі в режимі он-лайн, 41% використали спеціалізоване програмне забезпечення для обміну інформацією із продавців або закупівель усередині підприємства, 26% використали системи автоматизованого обміну даними з покупцями й продавцями, 23% відправляли й/або одержували електронні замовлення, 16% автоматично зв'язали свої бізнес-процеси з відповідними у своїх постачальників і/або покупців<sup>2</sup> [13].

Далі, ми вважаємо електронне постачання інновацією процесного типу, тобто впровадженням «нового або значно поліпшеного способу виробництва або доставки продукту... охоплюють... нові або значно поліпшені технічні прийоми, устаткування й програмне забезпечення, використовувани в допоміжних видах діяльності, таких як постачання, бухгалтерський облік, обчислення, поточний ремонт і профілактика» [12]. Необхідно відзначити, що впровадження електронного постачання стосується не тільки методів постачання, але й методів організації ділової практики фірми, робочих місць співробітників відділу постачання й інших підрозділів, зовнішніх зв'язків з постачальниками й контрагентами (тобто організаційні інновації). Ми вважаємо, що хоча електронне постачання має ознаки обох типів інновацій (процесного й організаційного), зміни в характері й наповненні процесів постачання є первинними й визначальними для даного виду інновацій.

## Висновки

Таким чином, проведене дослідження дозволило нам зробити ряд принципових висновків:

- 1) клієнто-орієтована економічна парадигма є природним результатом посилення ринкової влади споживачів і ставить посилені вимоги до ролі матеріально-технічного постачання в зміцненні конкурентоспроможності підприємства;
- 2) сучасні технології постачання враховують сформовані тенденції розвитку й використовують ІКТ як рушійну силу еволюції функцій постачання;
- 3) електронне постачання є одним з діючих інструментів трансформації постачання й дозволяє скорочувати трансакційні витрати й підвищувати обґрунтованість прийнятих рішень;
- 4) електронне постачання є інновацією процесного типу, оскільки впроваджує новий спосіб здійснення процесу постачання.

## Література

1. Горобець О.С. Стратегії управління логістикою снабження производственной фирмы: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон.

<sup>1</sup> Для країн, що безпосередньо беруть участь у діяльності ОЕСР і ряду країн Східної Європи, Латинської Америки, Азії, Африки, що не є поки членами цієї організації. Втілено Наказом Державного комітету статистики України №361 від 01.10.2008 р. «Про затвердження Інструкції щодо заповнення форми державного статистичного спостереження №1 – інновація».

<sup>2</sup> Ураховувалися підприємства із чисельністю працюючих більше 10 чоловік

наук: спец. 08.00.05 «Економіка і управління народним господарством (логістика)» / О.С. Горобець – Санкт-Петербург, 2002. – 16 с.

2. Торкатюк В.И. Стратегия управления логистикой снабжения строительной фирмы / В.И. Торкатюк, Л.С. Шевченко, Е.В. Клочко, И.А. Шекшуев, А.В. Хомутенко, Н.Н. Журба, В.Н. Тимошенко, А.П. Голиков, Ю.Г. Прав // Коммунальное хозяйство городов. – 2006. – №68. – С. 292–298.

3. Умаргаджиев М.О. Совершенствование организации и управления материально-техническим обеспечением промышленного предприятия в условиях рынка: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.05 «Економіка і управління народним господарством» / М.О. Умаргаджиев. – Махачкала, 2005. – 24 с.

4. Бурсаков А.В. Стратегии управления логистикой снабжения производственной фирмы / А.В. Бурсаков // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. Збірник наукових праць. – 2008. – С. 192–196.

5. Creating value through strategic supply management. 2004 Assessment of excellence in procurement / A.T.Kearney. – 2005. – 20 с.

6. In pursuit of procurement excellence. An interview with Randy Watson of A.T. Kearney // Supply Chain Management Review. – 2009. – № 4. – С. 26–31.

7. E-procurement: trials and triumphs // Aberdeen Group. – 2007. – October. – 21 с.

8. Лосев С. Смена экономических парадигм. Развитие клиенто-ориентированного подхода [Электронный ресурс] / С. Лосев // Маркетинг журнал 4p.ru. – 28.07.2006. – Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/theory/2606>.

9. Ансофф И. Стратегическое управление: [Пер. с англ.] / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.

10. Aisbett J. A decision-making framework for adoption of e-procurement / J. Aisbett, R. Lasch // International Journal of Integrated Supply Management. – 2005. – №1 (3). – С. 278–293.

11. Kothari T. e-Procurement: an emerging tool for the hotel supply chain management / T. Kothari, W.S. Roehl // Hospitality Management. – 2005. – №24. – С. 369–389.

12. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям / [Совместная публикация ОЭСР и Евростата]. – М.: ЦИИИ, 2006. – 192 с.

13. European Commission Information Society Data [Электронный ресурс] // Eurostat. Режим доступа: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information\\_society/data/main\\_tables](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information_society/data/main_tables)

Ю.О. ШКРАБАЛЮК,

аспірантка, Інститут міжнародних відносин Київського національного університету ім. Т. Шевченка

## Теорія валютних курсів та закон А.Ф. Терлволла в контексті кейнсіанського та посткейнсіанського аналізу

*У статті розглянуто кейнсіанську інтерпретацію теорії валютного курсу. Проаналізовано кейнсіанський підхід до аналізу платіжного балансу, а також підхід з позицій сукупних внутрішніх витрат. Висвітлено кейнсіанське розуміння впливу девальвації валюти в умовах плаваючих валютних курсів на сальдо платіжного балансу, умови торгівлі, рівень національного доходу та внутрішні сукупні витрати країни. Досліджено зміст моделі Манделла – Флемінга, умови Маршалла – Лернера, рівності Робінсон – Метцлера.*

*Розкрито важливість досліджень А.Ф. Терлволла для розуміння природи глобальних дисбалансів у світовій економіці.*

*В статье рассмотрена кейнсианская интерпретация теории валютного курса. Проанализирован кейнсианский подход к анализу платежного баланса, а также подход с позиций совокупных внутренних расходов. Раскрыто кейнсианское понимание влияния девальвации валюты в условиях плавающих валютных курсов на сальдо платежного баланса, условия торговли, уровень национального дохода и внутренние совокупные расходы страны. Исследован смысл модели Манделла – Флеминга, условия Маршалла – Лернера, равенства Робинсон – Метцлера.*

*Показана важность исследований А.Ф. Терлволла для понимания природы глобальных дисбалансов в мировой экономике.*

*In the article Keynes interpretation of theory of exchange rate has been considered. The Keynes approach to the balance of payments analysis and absorption approach have been analyzed. The Keynes understanding of influence of devaluation of currency in the conditions of floating exchange rates on balance of payments, terms of trade, level of national income and country's internal aggregate expenditures has been exposed. Sense of Mundell – Fleming model, Marshall – Lerner condition, Robinson – Metzler model has been investigated.*

*Importance of researches of A.P. Thirlwall for understanding of global disbalances nature in the world economy has been demonstrated.*

**Постановка проблеми.** Наукова дискусія щодо теоретичних підходів до аналізу платіжного балансу та механізмів його регулювання триває від появи «доктрини платіжного балансу» меркантилістів та «теорії механізму готівкових потоків» (specie-flow mechanism) А. Сміта. Економічні погляди та підходи до регулювання пла-