

Антофій Н.М.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ПЛОДООВОЧЕВИХ КОНСЕРВНИХ ВИРОБНИЦТВ

I. Вступ. Важливість розвитку плодоовочевого консервного виробництва зумовлюється тією роллю, яке воно відіграє у формуванні соціально-економічного стану у державі. Важлива роль пояснюється тим, що консервні підприємства виробляють важливішу харчову продукцію тривалого зберігання, яка не лише дозволяє вирішувати проблему забезпечення населення життєво важливою продукцією, але і є запорукою продовольчої безпеки. Перспективним напрямком розвитку плодово-овочевого консервного виробництва є інтеграція з суміжними сферами – сільським господарством, заготівлею та збутом. Міжгалузєва інтеграція вимагає вибору відповідної організаційної форми інтегрованої структури, яка у першу чергу залежить від правильно визначених базових теоретично-методологічних положень.

Дослідженню трансформації агропромислового комплексу у контексті вирішення продовольчої проблеми присвятили свої праці Ф.Бостін, О.М. Варченко, О.М. Шпичак, А.С. Даниленко та інші відомі вчені [1-4]. У цих працях досить детально розглянуто проблеми розвитку агропромислового комплексу України в сучасних умовах.

Однак, проблему не можна вважати вирішеною, оскільки потребують подальших досліджень питання розвитку конкретних інтегрованих агропромислових виробничих систем, як інтегроване плодово-овочеве виробництво.

II. Постановка завдання. Метою цієї статті є розробка концептуальних засад розвитку інтегрованого плодово-овочеконсервного виробництва в Україні.

III. Результати. Оскільки сучасна конкуренція – це не просто суперництво окремих компаній за ринки збуту та фінансові ресурси, а конкуренція економічних систем та інтегрованих утворень, що забезпечують стійкі позиції вітчизняних виробників у світі, необхідно активізувати всі механізми економічної політики та всіх суб'єктів економічного простору для скоординованого вирішення поставлених завдань [5]. Отже, створення інтегрованих утворень плодовоовочевих консервних підприємств є об'єктивною необхідністю.

За горизонтальної інтеграції відбувається об'єднання учасників одного сегменту галузі, що випускають схожі продукти та мають аналогічний виробничий цикл. У випадку відмінностей за будь-яким критерієм інтеграція є асортиментною.

Якщо продукт абсолютно аналогічний та учасники інтегрованого утворення є прямими конкурентами, має місце об'ємна горизонтальна інтеграція, що характеризується збільшення ринкової частки у абсолютному та відносному вираженні. Але у випадку із плодовоовочевою консервною продукцією продукт диференційований та має місце монополістична конкуренція. Вертикальна інтеграція передбачає об'єднання на різних етапах виробничого циклу однієї галузі, тобто учасники злиття є ланками одного ланцюгу створення кінцевого продукту. Вертикальна інтеграція може бути висхідною або низхідною – наприклад, інтеграція плодовоовочевих консервних підприємств із торговельною мережею або із виробниками сировини. Паралельний тип інтеграції – це інтеграція із пов'язаними підприємствами – наприклад, виробниками тари, пакувальних матеріалів.

Дуже важливим моментом у обґрунтуванні інтеграційної угоди є визначення мотиву, інакше кажучи – головної мети, якої хочуть досягти учасники угоди. Головним мотивом будь-якої інтеграційної угоди є збільшення вартості бізнесу, основним джерелом якого є синергійний ефект. Синергія відноситься до такого типу взаємодії, коли два чинники разом дають більший ефект, ніж сума двох незалежних складових. У інтеграційних процесах під синергією мається на увазі можливість об'єднаної компанії бути більш прибутковою, ніж у випадку незалежного функціонування. У загальному випадку ефект синергії визначається за формулою:

$$\text{Синергія} = V_{AB} - (V_A + V_B)$$

Наочне уявлення про синергію надає модель Робіна Метьюза [6]. Згідно до його моделі, синергія виникає за рахунок двох головних джерел – субадитивності та суперадитивності. Субадитивність дозволяє інтегрованому утворенню зменшити сукупні витрати за збереження існуючих обсягів реалізації. Суперадитивність – це збільшення прибутку в результаті об'єднання зусиль підприємств для реалізації проектів, які неможливо було реалізувати окремо.

На нашу думку, таке використання термінів суперадитивності та субадитивності дещо викривлене, оскільки це не джерела синергії, а тип прояву синергії. Отже, необхідно визначити ключові показники розвитку підприємств, визначити, які чинники сприятимуть збільшенню показників внаслідок інтеграційних процесів (забезпечуватимуть суперадитивність) та які сприятимуть зменшенню показників (забезпечуватимуть субадитивність). Якщо сумарний вплив ілюструватиме загальне збільшення прибутку (або іншого ключового показника – вартості компанії, частки ринку, частки експорту тощо), синергійний

ефект в цілому буде суперадитивним, якщо ключові показники зменшаться, синергійний ефект буде субадитивним.

$$S_{заг} = S_{синер} + S_{суб}$$

Таким чином, інтегровані утворення не є безумовно суперадитивними та не обов'язково забезпечуватимуть збільшення прибутку, тому потребують детального дослідження синергійних ефектів та обґрунтування необхідності інтеграційних процесів.

Мотиви інтеграційних процесів, на думку Савчук С.В. [7], варто розподілити на три групи – зменшення відтоку ресурсів, збільшення притоку ресурсів та нейтральні мотиви.

До першої групи відноситься економія за рахунок ефекту масштабу. Економія може відбуватися за рахунок виправлення недостатнього завантаження потужностей та зменшення надмірного завантаження (яке також спричиняє зростання сукупних витрат на одиницю продукції) потужностей окремих підприємств. Вдала інтеграція може виправити обидва недоліки. Наступний мотив – підвищення ефективності роботи з постачальниками, можливість оптимізації обсягів закупівель та прогнозування цін. Мотив ліквідації функцій, що дублюються, сприяє зменшенню кількості управлінського та обслуговуючого персоналу. Доцільно для плодово-овочевих консервних підприємств проводити централізацію функцій маркетингу та збуту. Мотив кооперації в галузі НДДКР менш вагомий для плодоовочевих консервних виробництв, але також може виступати допоміжним мотивом. Переваги на ринку капіталу полягають у можливості отримання більш вигідних умов кредитування. Мотив поширення більш якісного менеджменту та усунення неефективності управління може бути важливим фактором нового інтегрованого утворення.

До другої групи відносяться мотиви, що збільшують надходження ресурсів. До них відносяться: мотив взаємодоповнюючих ресурсів; мотив придбання крупних контрактів (спільна участь у тендерах, якої не було у жодної з компаній окремо), мотив переваг на ринку капіталу (розміри компанії сприяють триманню кредитів), мотив монополії (зокрема на регіональних ринках), можливість диверсифікації виробництва та використання надлишкових ресурсів, мотив доступу до інформації (ноу-хау).

До третьої, нейтральної групи, відносяться мотиви, що не впливають на рух ресурсів. Це мотив різниці в ринковій вартості ціни та вартості її заміщення (тобто створення нових виробничих потужностей), мотив різниці між ліквідаційною та поточною ринковою вартістю (з метою подальшого перепродажу), особисті мотиви менеджерів та прагнення збільшити значущість керівництва компанії, мотив захисту від поглинання та мотив "too big to fail" – компанія прагне стати надто великою, щоб збанкрутіти (стає соціально важливою та отримує підтримку з боку держави)

Регулювання та прогнозування розвитку плодоовочевого консервного виробництва можливе за умови створення аналітично-інформаційного центру інтегрованої структури, який буде регулювати забезпеченість замовленнями виробників сировини та переробників плодоовочевої продукції.

Діяльність координаційного центру інтегрованого виробництва та його вимоги до учасників-виробників плодоовочевої консервної продукції мають враховувати намагання кожного учасника ринку максимізувати свій прибуток, який визначається не стільки значенням власної функції виграшу, скільки розміром отриманої ним частки від сумарного кооперативного виграшу всіх підприємств інтегрованого утворення. Виграш всіх учасників має бути порівнюваним та з необмеженою трансферабельністю корисності, тобто з можливістю перерозподілу будь-якої коаліції гравців між її учасниками.

Дана ситуація відноситься до кооперативних ігор, спрямованих на пошук стійких розподілів загального виграшу інтегрованої структури. При цьому неважливо, скільки існує рішень, важливо лише, що запропонований учасникам розподіл виграшу є стійким. Відповідно для кооперативних задач теорії ігор сформульовано принцип оптимальності, якісний зміст якого полягає в тому, що від приводить до поділів (тобто до розподілу між всіма учасниками їх сумарного виграшу), стійких у тому сенсі, що у жодного з гравців та у будь-яких коаліцій не буде підстав відмовитися від будь-якого з запропонованих гравцям подібних поділів внаслідок реальної можливості у протилежному випадку отримати ще менше. В основі цього принципу оптимальності закладено три цілком природні аксіоми. Рішення кооперативних задач, що базується на них, визначається шляхом певного ітераційного процесу. Отримане рішення завжди існує, має непусте перехрещення з класичним рішенням Дж. Неймана та О.Моргенштерна та містить класичне С-ядро у тому випадку, коли ці класичні рішення існують.

Для плодово-овочевих консервних підприємств створення інтеграційних утворень сприятиме підвищення стабільності роботи, планування асортименту у відповідності із потребами ринку та більш якісне матеріально-технічне забезпечення.

Консервні підприємства стратегічно можуть об'єднуватися за територіальними ознаками, масштабністю діяльності, технологічними зв'язками та фінансовими аспектами.

Наявність плодоовочевих та консервних переробних підприємств за цими ознаками дає можливість припустити декілька варіантів об'єднань із різними рівнями їх мотивації за групами:

- інтеграція великих консервних підприємств з метою посилення ринкових позицій, впливу на формування законодавчих умов функціонування консервних підприємств та формування конкурентних переваг для виходу на світові ринки;
- інтеграція великих та дрібних підприємств за регіонами з метою більш якісного використання стратегічних ресурсів за територіальною ознакою з урахуванням кліматичних особливостей та асортиментної спеціалізації (є особливо важливим для південних підприємств);

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ПЛОДООВОЧЕВИХ КОНСЕРВНИХ ВИРОБНИЦТВ

- інтегроване утворення в межах України, що залучатиме всі розглянуті консервні підприємства з метою регулювання діяльності та розширення асортименту, використання сукупних можливостей та створення ексклюзивної продукції за оригінальною рецептурою з використанням нестандартної сировини;
- вертикальна інтеграція за технологічною ознакою із підприємствами-виробниками сировини, надає можливість сільськогосподарським підприємствам більш вірогідно планувати асортимент плодовоовочевої продукції в умовах гарантованого збуту консервним підприємствам, які, в свою чергу, матимуть безперерйне забезпечення сировиною та можливість формування виробничих програм у відповідності із характеристиками плодовоовочевої продукції (вміст сухих речовин, терміни зберігання та ін.)

IV. Висновки. Таким чином, доцільне створення інтегрованих структур плодово-овочеконсервного виробництва. Створення таких структур є запорукою розвитку виробництва, підйому сільськогосподарських підприємств, покращення якості праці й життя працівників підприємств об'єднання, і врешті-решт, підвищення надходжень до центрального та місцевих бюджетів. Реалізація запропонованих нами заходів вимагає формування відповідної державної політики у сфері захисту ринку плодово-овочеконсервної продукції і стимулювання інтеграційних процесів.

Джерела та література

1. Бостін Ф. Вироблення аграрної політики // АгроСвіт. – 2001. – № 11. – 1 червня.
2. Варченко О.М. До питання формування конкурентних переваг на ринку продуктів бурякоцукрової галузі // Вісник аграрної науки. – 2000. – Серпень.
3. Шпичак О.М. Поточна кон'юнктура і прогноз ринків сільськогосподарської продукції та продовольства в Україні на 2007/08 маркетинговий рік. – Вип.18. – К.: ННЦ «ІАЕ», 2007. – 170 с.
4. Даниленко А.С. Основні напрями удосконалення земельних відносин та їх роль у формуванні стратегії національної продовольчої безпеки України у XXI столітті // Економіка АПК. – 2001. – № 4.
5. Ершов М. Экономический рост: новые проблемы и новые риски / М. Ершов // Вопросы экономики – 2006 – № 12. – С. 20-37.
6. Matthews R. Mergers, Complexity and Games: SEAG Annual Conference. Kingston University Business School, 2000, September, p. 245-259.
7. Савчук С.В. Анализ основных мотивов слияний и поглощений / С.В. Савчук // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – №5. – С. 45-68

Болкунов И.А.

РЫНОК ЭКСКУРСИОННЫХ УСЛУГ КРЫМА КАК РЫНОК С АСИММЕТРИЧНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ

Постановка проблемы. На реально существующих рынках информация о товаре, работе или услуге, которой обладает продавец, отличается от информации, которой обладает покупатель. Информационная асимметричность рынка может привести к его неэффективности. На рынке экскурсионных услуг наблюдается информационная асимметричность, что требует внимательного рассмотрения этого рынка, для обеспечения качества экскурсионных услуг.

Анализ основных исследований и публикаций. Проблема экскурсионного бизнеса в Крыму занимается Крымская ассоциация туристических агентств [1], поддержку деятельности которой оказывает Верховная Рада Автономной Республики Крым, правительство Крыма. За теорию рынков с асимметричной информацией в 2001 году была вручена Нобелевская премия по экономике Джорджу Акерлофу, Майклу Спенсу и Джозефу Стиглицу. Проблемам функционирования рынков с асимметричной информацией посвящены работы Пиндайка Р.С. [2], Бусыгина В.П. [3], Веряна Х.П. [4] и другим. Вопросам функционирования рынков с асимметричной информацией, существующих относительно короткое время, т.е. сезонным, экскурсионным рынкам, в литературе внимания не уделялось.

Цель статьи – анализ специфики функционирования рынка экскурсий в Крыму как рынка с асимметричной информацией, обоснование необходимости государственного регулирования такого рынка.

Изложение основного материала. Экскурсионное обслуживание – это вид туристической деятельности, существенной частью которого являются услуги экскурсовода, продолжительностью не более 24 часов, и которое не включает услуги, связанные с размещением [5].

В Крыму большой популярностью пользуются археологические, исторические, литературоведческие, художественные, природоведческие экскурсии, проводятся паломнические, этнографические и винные туры. По способу передвижения выделяют пешеходные, автобусные экскурсии, маршруты на самолетах, вертолетах, катерах, яхтах и т.д. Наиболее популярными являются экскурсии с использованием автобусного парка.

Точное количество фирм, реализующих экскурсионные туры в Крыму неизвестно. Только на рынке экскурсионных услуг Евпатории по информации сайта www.evpatoria.ru действует около 60 фирм.

Рынок экскурсионных услуг в Крыму – это рынок, приближающийся по своей структуре к рынку совершенной конкуренции, тем более что лицензирование этого вида деятельности не проводится. В теории