

Санинский С.А., Шевчук Л.Е.

УДК 316.3

**ПРОБЛЕМЫ КОНФЛИКТОЛОГИИ В СИСТЕМЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ**

Процесс взаимодействия продуцентов и потребителей машиностроительной продукции предполагает регулярные, стабильные взаимоотношения между партнерами в течение всего срока выполнения поставленных задач. По нашему мнению, взаимодействие партнеров - способ установления и развития именно производственного сотрудничества. В процессе взаимодействия владельцы и менеджмент сторон, будучи профессионалами, людьми предприимчивыми, постоянно озабоченными поисками нестандартных решений, как субъекты договоренности вступают в непосредственные экономические отношения друг с другом, базирующиеся на их совместной заинтересованности и ответственности за достижение конечных производственных и финансовых результатов.

Необходима гармонизация интересов производителя и потребителя и нивелирования возможных негативных последствий их разной направленности, обеспечивающей устойчивое развитие партнерства в долгосрочном периоде. Разработанный автором алгоритм устойчивого развития партнерства представлен на рис. 1.



**Рис. 1.** Алгоритм устойчивого развития партнерства

При этом следует указать, что некоторые цели системы партнерства могут носить противоречивый характер. Например, производитель может одновременно стремиться увеличить общую стоимость проданной продукции, улучшить обслуживание покупателей, уменьшить расходы на содержание обслуживающего персонала, сократить рекламации и т. д.

Противоречивость подобных целей в ряде случаев может быть ликвидирована путем постановки целей более высокого порядка, объединяющих цели более низкого уровня. В нашем примере такой целью является увеличение эффективности партнерства, если ее измерять по критерию «стоимость-эффективность». Предполагается, что в критерии под эффективностью (Э) понимается улучшение обслуживания покупателей, выраженное в каких-то количественных показателях (например, в уменьшении числа рекламаций), а под стоимостью (С) - издержки деятельности.

Критерий (К) записывается, как  $K = \frac{\text{Э}}{\text{С}}$ . Его увеличение свидетельствует о прогрессе в деле

достижения поставленной цели, которая, объединив две подцели - улучшение обслуживания покупателей и снижение издержек торговли, - ликвидировала их противоречивость.

Для полноценного партнерства необходимы два условия: во-первых, чтобы партнеры имели достаточно четко разделенные интересы, и, во-вторых, нужно чтобы они признавали потребность друг в друге и были готовы к конструктивному (хотя и конфликтному в отдельных случаях) взаимодействию.

Если первое условие отсутствует, на практике складывается односторонняя модель хозяйственных отношений между партнерами, чаще всего приводящая к превалированию собственных рыночных интересов над совместными.

Однако, в некоторых случаях оно может и возникнуть, если существует иллюзия того, что данное условие выполняется. Эта ситуация вероятна в случае дефицита или недоброкачества информации о потенциальном партнере, достаточно быстрой утраты последним (в силу каких-либо причин) своих «полезных характеристик», изменения обстоятельств сотрудничества, а также в случае неадекватной оценки собственных потребностей и мотивации к сотрудничеству на этапе выбора партнера.

При отсутствии второго условия возникают конфликтные отношения, стремление в каждом производственно-хозяйственном конфликте поставить партнера на колени и продиктовать ему свои условия. Конфликт, когда производитель и потребитель предписывают различные линии рыночного поведения, противоположные по своему смыслу, но одинаково выгодные (невыгодные) для каждого из них. Помимо вызываемого дистресса, данная ситуация, ввиду свойства любой стороны игнорировать вероятные отрицательные события ради более привлекательных целей, приводит к выбору максимально быстрой формы партнерской деятельности и, как следствие, к необъяснимым ошибкам. В данном случае градиент

цели, связан с тем, что при приближении к цели партнерской деятельности усиливается действие мотива, толкающего на ее достижение, т.е. при равной силе мотивов побеждает тот, который быстрее реализуется. Наличие данного фактора является одной из главных причин недейственности многих мер по развитию взаимосвязей.

Посмотрим пристальнее на взаимоотношения двух партнеров. Из сказанного выше уже ясно, что эти отношения, зачастую, далеки от идеальных.

Обычно принято считать главным виновником потребителя. Такой подход естествен, поскольку дело производства - поддерживать сложившуюся структуру и обеспечивать насыщение (с необходимым расширенным производством) потребления.

Совокупность разногласий в интересах участников партнерских цепей и их последствий приводит к необходимости поиска путей сглаживания этих разногласий. Это, в конечном счете, приводит к повышению эффективности всей цепи товародвижения от товаропроизводителя к розничному покупателю.

Для организации рационального партнерства необходима выработка практических рекомендаций и руководств по разрешению и регулированию разнообразных конфликтов между хозяйствующими субъектами.

Базисным для управления конфликтными ситуациями является понимание конфликта как типа взаимодействий.

Термин «конфликт» имеет множество понятий и толкований. Так, можно определить конфликт как отсутствие согласия между двумя или более сторонами. Каждая сторона делает все, чтобы принята была ее точка зрения или цель, и мешает другой стороне делать то же самое.

В экономике, конфликт - это система взаимодействий субъектов партнерства, обусловленных актуализированными противоречиями в той или иной сфере и направленных на их преодоление. Конфликт - это сложная многоуровневая, открытая система взаимодействий, основанная на противоречии в интересах, целях, ценностях индивидов или групп, занимающих различные ролевые позиции в партнерстве.

Когда люди думают о конфликте, они чаще всего ассоциируют его с агрессией, угрозами, спорами, враждебностью и т.д. В результате бытует мнение, что конфликт - явление всегда нежелательное, что его необходимо по возможности избегать и что его следует немедленно разрешать, как только он возникает.

У многих авторов различных теорий управления четко прослеживается именно такое отношение к конфликту. Они склонны считать, что конфликт можно и должно избегать. Точка зрения автора заключается в том, что даже в эффективном управлении взаимодействием некоторые конфликты не только возможны, но и даже могут быть и желательны.

В некоторых случаях он может мешать удовлетворению намерений как производителя, так и потребителя, то есть достижению их целей.

Таким образом, конфликт может быть функциональным и вести к повышению эффективности партнерства или он может быть дисфункциональным и приводить к снижению удовлетворенности сотрудничеством. Роль конфликта, в основном, зависит от того, насколько эффективно им управляют.

На рис. 2 показана схема управления конфликтными ситуациями при взаимодействии.

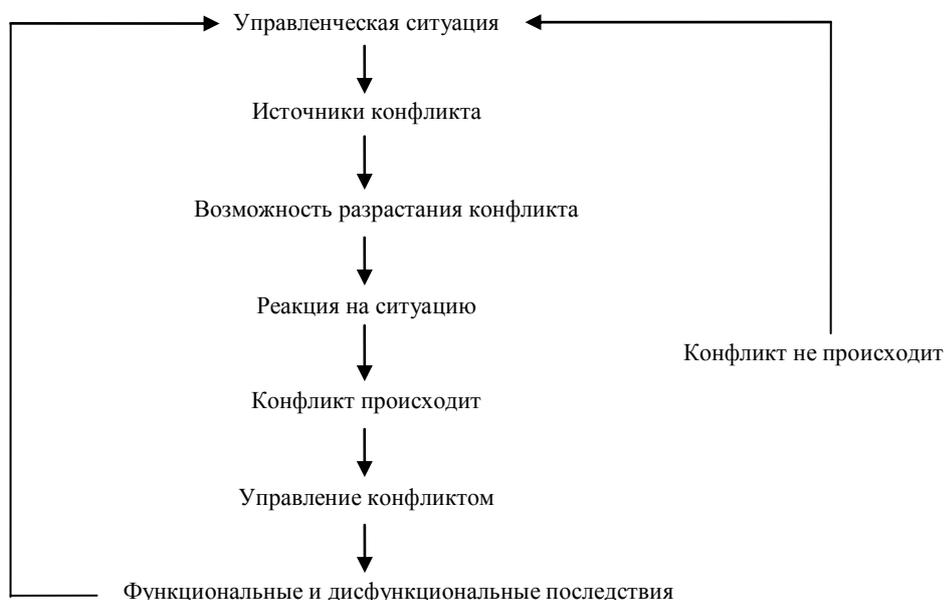


Рис. 2. Управление конфликтной ситуацией при взаимодействии

Одним из действенных методов управления конфликтной ситуацией является применение координационного механизма, реализация которого базируется на установлении иерархии полномочий в принятии решений, а также направлении информационных потоков.

И, наконец, в процессе управления конфликтной ситуацией необходимо применение средств интеграции. Как правило, в их роли выступают инструменты управленческой интеграции, а также создание служб взаимосвязи между производителем и потребителями. Эффективная работа в данной области способна нивелировать конфликтные ситуации, гармонизировать партнерские отношения и обеспечить общую рационализацию взаимодействия хозяйствующих субъектов на рынке машиностроительной продукции.

#### **Источники и литература:**

1. Авдашева С. Б. Хозяйственные связи в российской промышленности : проблемы и тенденции последнего десятилетия / С. Б. Авдашева. – М. : ГУ-ВШЭ, 2000.
2. Вершинин М. С. Конфликтология / М. С. Вершинин. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001. – 64 с.
3. Здравомыслов А. Г. Социология конфликта / А. Г. Здравомыслов. – М. : Аспект-Пресс, 1996.
4. Зеркин Д. П. Основы конфликтологии / Д. П. Зеркин. – Ростов н/Д. : Феникс, 1998.
5. Карпов А. В. Психология менеджмента : учеб. пособие / А. В. Карпов. – М. : Гардарики, 2005. – 584 с.

**Спиридонов В.В.**

**УДК 336.7**

## **ИНВЕСТИЦИИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА УКРАИНЫ**

### **Постановка проблемы**

Фондовый рынок является одним из необходимых условий устойчивого равновесного развития народного хозяйства, финансовой сферы государства. «Лакмусовой» бумажкой состояния фондового рынка является развитие институтов совместного инвестирования в отраслях, которые обеспечивают необходимую для экономического роста связку "сбережения-инвестиции" и перелив финансовых ресурсов между секторами национальной экономики.

Поэтому развитие коллективных инвестиций имеет важное значение для экономики, испытывающей недостаток внутренних инвестиционных ресурсов.

Особое значение в развитии отрасли коллективных инвестиций имеют привлечение в экономику сбережений населения. Именно эта группа инвесторов является главной составляющей инвестиционной базы любого национального фондового рынка. Более того, именно от вовлеченности этой группы инвесторов в операции на фондовом рынке в первую очередь зависят его емкость и устойчивость. Так, в Южной Корее доля инвесторов в ценные бумаги в общей численности населения составляет 8,3%, в Японии – 26,6%, в Австралии – 36,5%. В США только акциями владеют 48,2% домохозяйств. Аналогичным образом изменяется соотношение капитализации и ВВП в этих странах. В Южной Корее оно составляет 45%, в Японии – 52%, в Австралии – 93%, в США – 108%. [1].

### **Анализ последних исследований**

За последние несколько лет в Украине, вместе с развитием фондового рынка, начинают появляться инвестиционные фонды, которые управляют привлеченными активами с целью получению доходов. Инвестиционные фонды на украинском финансовом рынке играют уже довольно заметную роль. Активы институтов совместного инвестирования (ИСИ) к началу четвертого квартала 2007 года, по данным Украинской ассоциации инвестиционного бизнеса (УАИБ), достигли 2,5 миллиардов гривен. Около 1,1 миллиарда вложено в организованный рынок акций – это почти десять процентов общего объема торгов акциями в ПФТС в 2007-м. Кроме того, с каждым годом инвестиционные компании становятся более прозрачными и начинают раскрывать информацию о структуре и доходности активов, вложенных в различные финансовые инструменты. Это привлекает интерес к данному сегменту фондового рынка со стороны населения и юридических лиц.

Инвестиции в ценные бумаги совместных (паевых) инвестиционных фондов (ПИФ) с одной стороны являются наименее рисковыми из инвестиций на рынке ценных бумаг, с другой – даже ухудшение общей макроэкономической ситуации в стране до определенной степени может нивелироваться благодаря профессионализму инвестиционных управляющих.

Поэтому особо актуально стоит проблема формирования инвестиционной стратегии, которая сможет не только защищать сбережения граждан и инвестиции юридических лиц от инфляции, но и превысить данный показатель. Это положительно скажется и на бизнесе эмитентов ценных бумаг, которыми управляет институт совместного инвестирования, и на совокупном спросе при росте сбережений граждан, и на положительном развитии бизнеса юридических лиц, которые инвестировали свои средства в активы институты совместного инвестирования, а так же на развитии и, как следствие, привлекательности фондового рынка страны.

Таким образом, главной целью данной статьи является разработка и оптимизация инвестиционной стратегии института совместного инвестирования в условиях современного состояния фондового рынка Украины.

Объектом исследования являются институты совместного инвестирования на Украине. В данной работе, в качестве институтов совместного инвестирования, рассматриваются паевые и корпоративные