

Аналіз соціальних чинників підприємства розкриває джерела існування його соціального капіталу, мережі циркулювання інформації, ресурсів, потенційні можливості ефективного використання трудового та людського капіталу, їх вплив на виробничий, економічний, фінансовий та соціальний результат діяльності підприємства. Результати розвитку та постійного аналізу складових соціальних чинників мають впливати на формування місії підприємства, бути одним з основних етапів розроблення його стратегії та тактики.

Сутність управління соціальним капіталом підприємства передбачає теоретичне обґрунтування та емпіричне дослідження зв'язків між суспільством та бізнесом, а також зовнішніх та внутрішніх перешкод на шляху сприйняття програм соціальної відповідальності бізнесу. Тож першопричиною побудови ефективної системи соціальної відповідальності має бути транзактний аналіз, тобто вивчення здатності підприємства до реальних соціальних заходів та результативності їх наслідків, а не просто філософсько-етичні заклики до відповідальності у певних сферах діяльності підприємства.

### Література

1. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий// Общественные науки и современность. – 2001, № 3. – С. 122-139.
2. Social Capital and Civil Society/ F. Fukuyama// The Institute of Public Policy George Mason Universit. – 1999. – October 1.
3. Грицаенко В. Социальный капитал и гражданское общество. – М.: Наука, 2001. – 346 с.
4. Бурдые П. Формы капитала// Экономическая социология. – 2002, № 5. – С. 60-75.
5. Радаев В.В. Понятия капитала, формы капиталов и их конвертация// Экономическая социология. – 2002, № 4. – С. 20-23.

УДК 330. 341.1

Аспирант Е.В. Коваленко – Сумский государственный университет

## РОЛЬ ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К ИНФОРМАЦИОННОМУ ОБЩЕСТВУ

Викладено зміст поняття "транзакційних витрат" та визначено їхнє місце в загальній структурі витрат підприємства, досліджено інформаційну природу їхнього виникнення, об'єктивність існування, а також дедалі вагомніше значення в умовах переходу до інформаційного суспільства. Зокрема, розглянуто інформаційні витрати підприємства як одну з головних складових транзакційних витрат.

**Ключові слова:** транзакційні витрати, інформаційне суспільство, структура витрат, інформаційні витрати.

**Ключевые слова:** транзакционные издержки, информационное общество, структура витрат, информационные затраты.

Doctorate Y.V. Kovalenko – Sumy State University

## Role of enterprises' transaction costs in the transition towards informational society

Maintenance of concept of "transaction costs" and their place in the general structure of expenses of enterprise opens up, informative nature of their origin, objectivity of existence, and also role, in the conditions of transition to informative society is explored. Sepa-

rate attention is spared to consideration of informative expenses of enterprise, as one of main constituents of transaction costs.

**Keywords:** transaction costs, informational society, cost structure, informational costs.

В мире постепенно происходит переход к новому типу общества – *информационному*. В последнее время мы все отчетливее можем наблюдать тенденции повышения роли и значения информации в развитии человеческой цивилизации. Информация постепенно и всё в большей мере становится главной ценностью современного развития. А современную систему общественного воспроизводства можно охарактеризовать как инновационное воспроизводство, основу которого составляет новое научное знание, передовые информационные технологии, информационные услуги и продукты. Сегодня, когда традиционные материальные ресурсы и источники близки к исчерпанию, экономический рост в развитых странах все в большей мере обеспечивается за счет использования информационных ресурсов и источников [1].

Интенсивная информатизация общества ведет к тому, что информация становится жизненно важным фактором эффективного развития современного предприятия, а рост величины информационной составляющей в стоимости товара, является, в определённой мере, причиной постепенного размывания границ между производством и потреблением стоимости, между производителем и потребителем. В самом деле, в условиях рыночного хозяйствования очень важно производить то и только то, что будет востребовано потребителем. Следовательно, надо уметь найти своего потребителя, узнать, что ему нужно, и как лучше произвести необходимый продукт, а затем важно понять, то ли мы произвели. Подобную информацию непосредственно можно получить только от потребителя. Сбор и использование такой информации – вовлечение потребителя в процесс создания стоимости.

Таким образом, сам потребитель стоимости становится функционально полезным элементом подсистемы производителя и, в принципе, вправе рассчитывать на определенную долю коммерческого эффекта функционирующей бизнес-системы. И тот потребитель, который действительно активно вовлечен в процесс функционирования бизнес-системы, уже сегодня получает эту долю прибыли в виде разнообразных скидок, бонусов, подарков, бесплатного обслуживания и т.п. Это есть ни что иное, как способ производителя поделиться прибылью с потребителем.

Информационные ориентиры развития предприятия требуют знания своих конкретных потребителей, расширенного воспроизводства субъектов потребления, трансформации собственной организации под их интересы и запросы. Вместе с тем и для потребителя в этих условиях важно знать производителей, которые способны произвести стоимость, наилучшим образом удовлетворяющую его конкретные потребности. Такие потребители готовы определённым образом поддерживать производителя.

Таким образом, с позиции информационной экономики производственные издержки (в особенности для товаров массового потребления) всё в меньшей степени являются основой себестоимости выпускаемой продукции. Значительную долю в стоимости этих товаров могут составлять производ-

ственные издержки: расходы на маркетинг, издержки связанные с поиском партнёров по бизнесу, расходы на формирование дилерской сети, на оплату услуг посредников и др., то есть *издержки связанные с обменом, с переходом прав собственности и не связанные с процессом физического изменения материала* [2]. В современной экономической теории эти издержки называют *транзакционными*. Представители неонституционализма предлагают множество классификаций и типологий транзакционных издержек. Наиболее распространенной является следующая типология [3]:

1. Издержки поиска информации (о контрагентах, ценах на факторы производства). Издержки такого рода складываются из витрат времени и ресурсов, необходимых для ведения поиска, а также из потерь, связанных с неполнотой и несовершенством приобретаемой информации. Ограниченность информации о рынке может привести к отказу от совершения транзакции (сделки), от приобретения блага. Это тот случай, когда уровень неопределенности становится столь высок, что люди предпочитают скорее отказаться от транзакций, чем тратить силы на получение дополнительной информации [4].
2. Издержки ведения переговоров (об условиях обмена, на заключение и оформление контрактов).
3. Издержки измерения (полезных свойств и качеств продукта или услуги). Издержки измерения растут с повышением требований к точности, объективности и надёжности информации.
4. Издержки спецификации и защиты прав собственности. В эту категорию входят расходы на содержание государственных органов, затраты на восстановление нарушенных прав, а также потери от плохой их спецификации и ненадежной защиты.
5. Издержки оппортунистического поведения (в т.ч. агентские издержки) – это издержки недобросовестного поведения партнера, нарушающего условия сделки или нацеленного на получение односторонних выгод в ущерб другому партнеру. Агентские издержки – это вид издержек оппортунистического поведения при агентском договоре (то есть любом договоре, по которому одно лицо – агент – действует в интересах другого лица – принципала).

Место транзакционных издержек в общей структуре витрат предприятия представлено на рис. 1.

Транзакционные издержки являются важнейшей категорией неонституционального анализа. В отличие от так называемых трансформационных издержек (издержек по производству, транспортировке, хранению и другим видам обработки товара), транзакционные издержки не связаны с самим процессом создания стоимости. Они обеспечивают транзакцию [4]. Таким образом, если трансформационные издержки – это издержки деятельности (не обязательно материальной, например, консалтинговые услуги), то транзакционные издержки – издержки отношений участников этой деятельности.

До появления понятия "транзакционные издержки" в традиционной экономической теории было предположение о том, что любые взаимодействия между экономическими агентами совершаются гладко и мгновенно – без малейших трений, потерь и витрат. Но чтобы сделка могла состояться, необходимо выполнить ряд условий: собрать информацию о ценах и качестве товаров и услуг, договориться об условиях сделки, проконтролировать добросовестность

и своевременность выполнения партнером договорных обязательств. Поэтому, согласно общему представлению о специфике этих витрат, "транзакционные издержки есть эквивалент трения в механических системах" [6].



**Рис. 1. Место транзакционных издержек в общей структуре витрат предприятия [5]**

В рамках институциональной теории нет единства в объяснении природы транзакционных издержек. Можно, например, выделить три варианта объяснения того, откуда и почему при совершении коммерческой сделки возникают транзакционные издержки: подход, непосредственно основанный на *теории транзакционных издержек*, подход *теории общественного выбора* и подход *теории соглашений*. Так, например, подход теории транзакционных издержек связан с изменением неоклассического постулата, согласно которому издержки на получение информации отсутствуют и индивиды обладают всем объемом информации о сделке. Ключевым моментом здесь является допущение существования издержек по идентификации продавцов и цен – информа-

ционных издержек. Число продавцов и покупателей на рынке, степень однородности товара, длительность их присутствия на рынке, географическая протяженность рынка являются основными факторами, определяющими величину информационных издержек [7]. Модель рационального выбора при этом не изменяется, но в нее вводится дополнительное условие: расходы на поиск дополнительной информации о сделке должны уравниваться ожидаемым предельным доходом от обладания информацией. Следует сказать, что анализ трансакционных издержек может предполагать, что все трансакционные издержки могут быть вычленены из состава информационных (рис. 2). При этом необходимо принимать во внимание, что трансакционные издержки так или иначе связаны с издержками получения информации об обмене. Заметим, что обратное утверждение будет неверно: не все информационные издержки хозяйствующего субъекта (предприятия) будут являться трансакционными, то есть связанными с осуществлением его трансакций.



**Рис. 2. Взаимосвязь информационных и трансакционных издержек**

Наличие тех или иных трансакционных издержек приводит к появлению специфических экономических агентов, которые, за определенную плату, помогают преодолеть соответствующие барьеры. Речь идет, прежде всего, о различного рода посредниках, которые существуют за счет информационной асимметрии и высокой (иногда чрезмерно высокой) стоимости получения той или иной информации.

В специальной экономической литературе помимо рассмотрения категории трансакционных издержек достаточно большое внимание уделяется определению сущности самих трансакций.

В своей статье "Природа фирмы" Р. Коуз утверждал, что трансакционные издержки могут мешать системе свободного рынка осуществлять переход от системы управления ресурсами к их наиболее эффективному использованию. С точки зрения Р. Коуза, желание снизить трансакционные издержки ведет к развитию фирмы. Фирмы существуют, поскольку информационные издержки (на проведение трансакции и координацию деятельности) слишком высоки для отдельно взятого покупателя, чтобы сделать исследование по каждому элементу закупаемых им факторов производства, а затем скоординировать производство на основе желаемых товаров или услуг. Но поскольку информационные издержки (для потребителя) сокращаются, происходят некоторые существенные изменения. Во-первых, все больше трансакций перемещается на рынок и некоторые потребители в настоящее время могут покупать товары в режиме on-line<sup>1</sup> непосредственно у производителя.

<sup>1</sup> т.е. реального времени, ч/з Интернет.

Во-вторых, для фирмы уменьшается потребность в вертикальной интеграции. Это, в свою очередь, приводит к повышению специализации фирм. В-третьих, многие фирмы могут снижать потребность в производстве некоторых видов продукции. Это может привести к значительной экономии на масштабах, связанных с уменьшением потребностей в местных продавцах, улучшением рыночной информации о том, что продают компании на других местных рынках, с лучшим управлением в цепочке поставок и т.д.

Можно утверждать, что предприятие сталкивается с информационными издержками во всех сферах предпринимательской деятельности. Эти издержки вызывают расходы по привлечению ресурсов для производства продукции, продвижению её на рынок. И здесь та или иная экономия на информационных издержках подобна экономии от технологических преимуществ, которые получил предприниматель на основе широкого использования информационных технологий, коммуникационных средств общения (телефонов и факсов). Безусловно, более информированные участники рынка могут обеспечить размещение ресурсов по принципу наиболее эффективного использования [8].

Таким образом, с позиции экономики информационного общества одной из главных задач для предприятия является снижение витрат на информацию в себестоимости производимой продукции и повышение результативности использования информационных ресурсов.

Предприятие представляет собой форму организации производительных сил на микроуровне, обеспечивающую эффективное функционирование их элементов в едином производственном процессе. По мере роста доли информационной составляющей в создаваемой стоимости и того, как физические связи и взаимодействия меняются на информационные, само предприятие становится синонимом информационной системы, и обычно организация постепенно превращается в Интернет-предприятие<sup>1</sup>.

Интернет сегодня является безусловным лидером среди прочих средств удовлетворения информационных потребностей бизнеса. Подключение к глобальным информационным системам очень быстро приводит к тому, что многие (или все) операции предприятия по купле-продаже товаров и услуг, а также действия, направленные на обеспечение этих операций, начинают осуществляться исключительно в среде Интернет. Развитие Интернет – технологий и средств коммуникации является неотъемлемым атрибутом становления современной информационной экономики. Таким образом, постепенно возникает (электронная) Интернет-коммерция предприятий.

Интернет-коммерция предполагает реализацию производимых (традиционным образом) предприятием товаров и услуг или приобретение им необходимых для своей деятельности товаров и услуг со стороны на основе использования Интернет-систем. Центральным звеном в системе Интернет-коммерции являются операции купли-продажи. Именно на развитие, упрощение и ускорение этих операций и направлена вся система.

<sup>1</sup> С целью удешевления операций поиска альтернатив своего участия в бизнес-процессах предприятия подключаются к информационным системам различного уровня. На глобальном уровне такой информационной системой является Интернет. В результате становится возможным с гораздо меньшими затратами охватить поиском гораздо большие области допустимых хозяйственных решений, вплоть до глобальных решений.

Таким образом, возникает своеобразная Интернет-экономика. *Интернет-экономика* представляет собой глобальную сетевую сложно организованную многоуровневую структуру взаимоотношений между экономическими агентами, осуществляемых через Интернет и другие телекоммуникационные сети. Интернет-экономика развивается в соответствии со своими специфическими законами, целями и критериями эффективности [9]. Интернет-экономику можно, прежде всего, определить как экономику прямого доступа, которая характеризуется, прежде всего, отсутствием или низким уровнем различных барьеров, например, информационного и/или транспортного характера<sup>1</sup>. Барьеры, в традиционной экономике, обычно не являются абсолютно непреодолимыми, но связаны зачастую с очень высокими транзакционными издержками [10].

По мнению западных экономистов, сетевая<sup>2</sup> экономика является той реальностью, которую уже нужно учитывать в практической деятельности. Люди во все большей степени заменяют традиционные формы деятельности новыми, основанными на использовании Интернет-технологий, при этом они создают сетевые формы организаций и адаптируют различные общеэкономические инфраструктуры к новым возможностям глобальных сетей.

Есть оценки, что в результате наблюдаемой в настоящее время высокой интенсивности основных процессов, формирующих сетевую экономику, в ближайшие 10 лет почти 90 % предприятий в экономически развитых странах будут использовать в своей деятельности Интернет-технологии и сетевые формы управления. Следовательно, в той или иной степени все они станут участниками сетевой экономики, а ее особенности и возможности будут иметь для основной части бизнеса достаточно большой интерес [11].

Необходимо отметить, что лидерами по построению Интернет-экономики и Интернет-общества в настоящее время являются развитые страны. И здесь, наибольший потенциал роста имеют развивающиеся страны Азии (Китай, Индия), Латинской Америки и Восточной Европы, хотя по абсолютным показателям они пока и уступают более развитым соседям.

Благодаря улучшению рабочих процессов в сфере информационных технологий, точности и своевременности используемой информации, создаваемые безопасные Интернет-системы могут обеспечивать большую прозрачность и эффективность информационных потоков на всех этапах в цепи поставок продукции. Иначе говоря, Интернет предоставляет технологические возможности улучшения информационного обеспечения, которые позволяют снижать затраты времени и ресурсов на поиск информации, осуществлять сделки на онлайн-рынках, улучшать управление транспортировкой готовой продукции и управление производственными запасами. Такая экономия происходит как вследствие удешевления информации (посредством сокращения звеньев посредников), так и по причине удешевления факторов производства (из-за повышения конкуренции среди поставщиков).

<sup>1</sup> По аналогии с экономикой прямого доступа можно также рассуждать и об обществе прямого доступа, в котором каждый индивид может иметь информационные связи со всеми остальными индивидами сразу.

<sup>2</sup> то есть та, в основе которой лежит взаимодействие агентов через глобальные сети (например, Internet).

Таким примером может служить использование Глобальной информационно-аналитической торговой системы (ГИАТС) в лесном комплексе. ГИАТС – это информационно-программный комплекс, использующий ресурсы Интернет и достижения современных информационных технологий, базирующийся на международных стандартах электронной торговли. Система предоставляет возможность пользования самым широким спектром информации – данными по фондовому рынку, новостной лентой и экспресс-анализами, обзорами по различным отраслям и темам, дает доступ к разнообразной справочной информации. Таким образом, каждый участник ГИАТС в процессе электронных торгов находит выгодные условия проектов и предложений, пользуясь механизмом комплексного финансового анализа, оценивает их эффективность и целесообразность совершения сделки с другим участником системы [11].

В период формирования и роста Интернет-экономики основной выигрыш получают производители компьютерного и телекоммуникационного оборудования, а также программного обеспечения и услуг доступа в Сеть.

Пользование Интернет – технологиями дает предприятию ряд преимуществ в части экономии на транзакционных издержках. Так, например, при продаже своих товаров через электронные магазины структура непрямых издержек предприятия может сильно изменяться. Издержки на маркетинг не обязательно уменьшаются. Но можно отказаться от издержек на содержание торговых площадей, издержек на перевозку товаров к розничному потребителю, отказаться от цепочки посредников, значительно сэкономить на рекламе и т.д. Возникающие издержки на поддержание работоспособности серверов, на обработку и отправку заказов будут, как правило, заметно меньше обозначенных выше издержек традиционной торговли. Возможно, большую часть непрямых издержек будет составлять доставка купленных товаров.

Например, Garicano и Kaplan (2000) использовали детальную внутреннюю информацию фирм, работающих в B2B e-коммерции<sup>1</sup>, чтобы доказать, что процесс улучшений и выгоды участия на онлайн-рынках потенциально велики. Litan и Rivlin (2001) оценивают, что Интернет обеспечивает американской экономике ежегодную экономию издержек в сумме от \$100 млрд. до \$230 млрд., что равнозначно дополнительному увеличению в течение следующих пяти лет ежегодному росту производительности от 0,2 до 0,4 %. Аналогичные доказательства приводят Lucking-Reiley и Spulber (2001), что e-коммерция по типу B2B замещает капитал – в форме компьютерной обработки данных и Интернет – коммуникаций – для обслуживания трудовых ресурсов, повышая скорость и эффективность экономических транзакций. Авторы подразделяют потенциал роста производительности/эффективности от применения e-коммерции в B2B на 4 области: автоматизация транзакций, новые рыночные посредники, консолидация спроса и предложения посредством организации бирж, и изменения в широком смысле вертикальной интеграции. Они делают вывод, что даже незначительный рост эффективности процесса совершения сделки обеспечит значительную экономию в общем экономическом процессе [12].

<sup>1</sup> Модель e-коммерции по типу B2B ("business-to-business", "бизнес-бизнес") характеризуется тем, что участниками всех транзакций, проводящихся через Интернет, являются фирмы, а не конечные потребители.

Таким образом, использование информационных технологий, интернет-технологий является сегодня главным фактором и инструментом снижения транзакционных издержек предприятия, а исследование экономических явлений и процессов методами институционального анализа приобретает всё большую ценность и даёт возможность значительно повысить эффективность работы хозяйствующих субъектов.

### Литература

1. **Предмет и метод** информационной экономики// "Экономическая теория на пороге XXI века – 2"/ Под редакцией Ю.М. Осипова, В.Т. Пуляева, В.Т. Рязанова, Е.С. Зотовой. – М.: Юрист, 1998. – С. 497-519.
2. **Ефремов В.С., Зудов Д.В.** Проблемы экономики и организации @-бизнеса. [http://www.nosorog.com/public/management/problem\\_economic.html](http://www.nosorog.com/public/management/problem_economic.html).
3. **Вольчик В.В.** Курс лекций по институциональной экономике Ростов-н/Д: Изд-во Рост. ун-та, 2000 <http://www.ie.boom.ru/Lecture3.htm>.
4. **Кузьминов Я.И. Юдкевич М.М.** Курс лекций по "Институциональной экономике" [http://www.iet.ru/mipt/2/text/curs\\_instituzional\\_04.htm](http://www.iet.ru/mipt/2/text/curs_instituzional_04.htm).
5. **Виноградова М.Ю.** Формирование транзакционных издержек в логистике хозяйственных связей: Автореф. дис. канд. экон. наук. 08.00.05 – Экономика и упр. нар. хоз-вом (логистика)/ С-Петербург. ГУ экономики и финансов. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2002. – 17 с.
6. **Уильямсон О.** Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки и отношенческая контрактация. СПб.: Лениздат, 1996, – С. 53.
7. **Стиглер Дж.** Экономическая теория информации// В кн.: Теория фирмы. – СПб.: Экономическая школа, 1995, – С. 508, 516-518.
8. **B2B e-коммерция:** почему новая экономика активно развивается. [http://b2b.infos.ru/index4\\_7.html](http://b2b.infos.ru/index4_7.html).
9. **Функции электронного правительства** по регулированию Интернет-экономики. <http://www.inforum.spb.ru/phorum/conf/cdoc4.doc>.
10. **Опыт и перспективы** функционирования Интернет-экономики за рубежом и в России. <http://www.stihija.ru/internet.htm>.
11. **Сарайкин В.Г., Минеев Т.Ф.** Новые технологии в лесном комплексе// Лесн. пром-сть. – 2000, № 1.
12. **Thomas F. Siems.** "B2B E-Commerce: Why the New Economy Lives". [http://www.dallasfed.org/htm/pubs/swe/7\\_8\\_01.html](http://www.dallasfed.org/htm/pubs/swe/7_8_01.html).

УДК 330.342:338.911:330.151

Доц. Я.В. Кульчицкий, канд. экон. наук – НЛТУ України

## ЕКОЛОГІЧНА ПАРАДИГМА РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ У КОНТЕКСТІ ПОСИЛЕННЯ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Досліджено особливості еколого-економічної діяльності, становлення соціально-екологічних відносин, зміст і значення економічної та екологічної культури в економічній системі. Обґрунтовано можливість синтезу цивілізаційного та інституційного підходів до розуміння світової економічної еволюції та екологізації сучасних економічних систем.

**Ключові слова:** екологічна парадигма, економічна система, національна економіка, системний підхід, екологічна безпека.

*Doc. Ya.V. Kul'chyts'kyi – NUFWT of Ukraine*

## Ecological paradigm of development of economic theory in reinforcing context ecological compatibility of economy

Inquired into peculiarities of ecological-economic activity, formations of socially-ecological truck, maintenance and role of economic and ecological culture in economic