

Висновки та перспективи подальших досліджень. У таких умовах необхідно розробити комплексну програму державного стимулювання економіки, яка міститиме систему податкових пільг. Найбільш дієвими є диференціація податкових ставок та відтермінування сплати податків, віднесення на затрати виробництва витрат, пов'язаних з науково-дослідницькими та експериментально-конструкторськими роботами, використання пришвидшеної амортизації та інвестиційного кредиту.

Зі сказаного випливає, що саме податкові заходи мають безпосередній та дієвий вплив на економічну діяльність, існує стійка кореляція між наданими пільгами і зростанням виробництва. Тому від податкових пільг, які науково обґрунтовані, відмовлятися не варто.

Література

1. [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.newsru.ua/finance>
2. [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.kmu.gov.ua> – Офіційний сайт Кабінету міністрів України.
3. **Загорський В.** Податки для конкурентоспроможної економіки// Дзеркало тижня. – 2006, № 17 (596).
4. **Сич О.А.** Податкове стимулювання розвитку підприємництва: Автореф. дис. ... канд. екон. наук. – Львів, 2003. – 20 с.
5. **Проблеми фінансово-кредитного** регулювання інноваційного розвитку виробничо-господарських структур: Монографія/ За заг. ред. Кузьміна О.Є., Алексєєва І.В. – Львів, 2007. – С. 17-36.

УДК 658.155 *Аспір. Т.В. Склярук (Вовк)¹ – НУ "Львівська політехніка"*

ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ У ВЗАЄМОВІДНОСИНАХ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ

Розглянуто питання виникнення трансакційних витрат у взаємовідносинах суб'єктів ринку. Виділено та проаналізовано основні фактори, які впливають на величину трансакційних витрат.

Ключові слова: суб'єкти ринку, трансакція, трансакційні витрати, фактори виникнення трансакційних витрат.

Post-graduate T.V. Skljariuk (Vovk) – NU "L'vivs'ka Politekhnika"

Research of factors of transaction costs in mutual relations of market subjects

In the article is considered question of origin of transaction costs in the mutual relations of market subjects. Basic factors which influence on the size of transaction costs are selected and analysed.

Keywords: market subjects, transaction, factors of origin of transaction costs.

Актуальність проблеми

Актуальність вивчення трансакційних витрат у взаємовідносинах суб'єктів ринку зумовлюється трансформаційними процесами в економіці України, що неминуче приводять до розширення і реструктуризації ринкового середовища, яке зумовлює зростання трансакційних витрат у господарській діяльності. Ринкові взаємовідносини між суб'єктами господарювання на-

¹ Наук. керівник: доц. Г.М. Захарчин, канд. екон. наук – НУ "Львівська політехніка"

були більш складного контрактного характеру, що неодмінно супроводжуються додатковими – трансакційними – витратами.

За даними національних статистичних органів, трансакційний сектор економіки України наблизився до стандартів ринкових економік і становить приблизно 30 %, з яких: близько 17 % – трансакційні витрати в оптові та роздрібні торгівлі, близько 2 % – трансакційні витрати, що виникають у фінансовій діяльності, близько 5 % – трансакційні витрати, що супроводжуються в операціях з нерухомістю, послугах юридичних осіб та близько 5 % – трансакційні витрати у державному управлінні [1, 6].

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій

У наукових працях багатьох вчених пропонують різні підходи до розгляду та групування факторів. Зокрема, вчений О. Уільямсон виділяє три основні фактори виникнення трансакційних витрат. Одним із них є так звана обмежена раціональність: недостатня обізнаність учасників і неадекватність їх уявлень. Інституційна економіка стверджує, що люди прагнуть ухвалювати рішення раціонально, на підставі певних відомостей. Таким чином, причиною "тертя" можуть виявитися низький рівень освіти і культури, погана якість інформації або інформаційний вакуум, а також висока мінливість умов бізнесу. Причиною збільшення трансакційних витрат може також стати опортуністична, недобросовісна поведінка учасників трансакції, особливо в умовах нечіткого законодавства, або "специфічність активів" – відсутність взаємозамінності товару або учасника, що приводить до звуження ринку.

Відомий дослідник цієї теорії А. Алчіан стверджує, що основними факторами виникнення трансакційних витрат є проблеми спілкування, невідповідність дій умовам договору, нечіткість оброблення інформації, нечіткість визначення прав тощо.

Проаналізувавши економічну, технічну літературу, спостерігається певна закономірність: для вивчення цього виду витрат значну увагу приділяють саме суті цих витрат, і значно менше – факторам, які зумовлюють їх появу. Тому наступним питанням є визначення факторів виникнення трансакційних витрат у взаємовідносинах суб'єктів ринку.

Мета роботи

Метою статті є дослідити теоретичні основи та окреслити прикладні проблеми формування трансакційних витрат в умовах трансформації економіки. Відповідно до мети, передбачається вирішити такі завдання: обґрунтувати теоретичні засади виникнення трансакційних витрат у діяльності господарюючих суб'єктів; запропонувати типологію трансакційних витрат, які виникають між суб'єктами у господарській діяльності.

Викладення основного матеріалу

Ринкова взаємодія суб'єктів господарювання супроводжується певними (трансакційними) витратами – витратами, спрямованими на пошук партнерів з бізнесу, активізацію споживчого попиту, захистом прав власності тощо. Трансакційні витрати необхідно вивчати за допомогою факторів, що впливають на формування цих витрат.

Класифікацію факторів представлено на рис 1.



Рис. 1. Фактори виникнення трансакційних витрат у взаємодії суб'єктів ринку

Серед факторів формування трансакційних витрат слід виділити такі:

1. Економічні фактори (маркетингові), які охоплюють:

- контрактну природу – усі відносини, що виникають між підприємствами як суб'єктами господарювання, оформляються на основі контрактних відносин, адже контракти за умов ринкової економіки опосередковують економічні відносини між підприємствами. Для досягнення своїх цілей підприємства вступають в короткотермінові чи довготермінові контрактні відносини, які можуть бути добровільними чи вимушеними (праці А. Шаститка). Відповідно, ці контракти супроводжуються трансакційними витратами, що й виступає аргументом у вивченні трансакційних витрат у будь-якій галузі, зокрема й машинобудуванні.
- конкурентну боротьбу – в умовах трансформації економіки конкурентна боротьба надзвичайно загострюється і відображається в різних формах. У цій боротьбі немає рівноваги: нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси, нові ринкові сегменти тощо.
- конкурентоспроможність продукції: масштаб ринку; вид конкурентного ринку; галузь виробництва; вид стратегії просування товару; еластичність попиту на товар; стадія життєвого циклу товару.

2. Правові фактори. До складу цієї групи факторів належать:

- провадження діяльності в рамках закону. Сюди відносять діяльність об'єкта господарювання, що супроводжується витратами: на реєстрацію юридичної особи, на одержання ліцензії, одержання юридичної адреси тощо;
- відхилення від легальних санкцій. Цей фактор відображає діяльність, зумовлену платою за послуги податкових та інших консультантів, витратами на ведення подвійної бухгалтерії і втрати від труднощів обліку та контролю діяльності, загубленої вигоди внаслідок обмеження розмірів виробництва та реклами тощо;
- трансферта прибутків. Економічні суб'єкти, що ухиляються від сплати податків, діляться з державою. Усі, без винятку, економічні суб'єкти платять непрямі податки і так званий інфляційний податок. Складність виникає через те, що, на відміну від легальних економічних суб'єктів, нелегальні не можуть звернутися до держави за захистом порушених прав власності;
- відхилення від податків і нарахувань на заробітну плату. Сюди відносять діяльність суб'єкта господарювання, яка супроводжується відхиленнями від виплати прибуткового податку, обов'язкових платежів у фонд соціального страхування, у пенсійний фонд, що дає змогу підприємству економити на оплаті праці, але при цьому знижує стимули до заміщення праці капіталом і технічним переозброєнням;
- відсутність легально зафіксованих прав власності;
- неможливість використання контрактної системи. Нелегальна процедура укладання контрактів ускладнює реалізацію довготермінових проектів, в яких

беруть участь багато економічних суб'єктів, адже стимулом для вкладення коштів у ці проекти є впевненість у тому, що права інвесторів будуть захищені в будь-якому випадку. У разі перегляду контракту учасники не можуть звернутись до суду;

- двосторонній характер позалегальної двосторонньої угоди. Прагнення до приховання діяльності і її результатів від закону спонукає максимально обмежувати коло учасників нелегальної угоди. Вона, як правило, має двосторонній характер. Треті особи, чий інтерес потенційно торкається угодою, вилучені з кола її учасників, тому їхні інтереси не враховуються;
- позалегальні процедури розв'язування конфліктів тощо.

3. Психологічні фактори. Сюди слід віднести перешкоди, що виникають у досягненні цілей і особистих потреб людини. Вони характеризують позазавиробниче середовище людини та її емоційно-психологічний стан.

4. Технологічні фактори. Перешкоди, що виникають у досягненні поставлених цілей: незаплановане підвищення собівартості продукції, підвищені непродуктивних витрат, що не входять до складу собівартості, непередбачених витрат, пов'язаних з якістю продукції тощо.

5. Організаційні фактори. Сюди відносять перешкоди, пов'язані з поганою організаційною структурою, нечітким делегуванням повноважень, потребою розширеної інформації для виконання поставлених завдань тощо.

6. Соціальні фактори. До них слід віднести: високу плинність кадрів серед працівників апарату управління, невідповідний кваліфікаційний рівень, недостатній ступінь оснащення управлінської праці тощо.

З усіх перелічених факторів найбільша увага під час аналізу трансакційних витрат приділяється першим двом факторам, тобто: економічному (маркетинговому) та правовому. Саме присутність цих двох фактів є найчастішою у будь-якій господарській діяльності, а їх величини – найбільшими (порівняно з іншими факторами).

Хоча наявність економічного (маркетингового) та правового факторів є найбільш відчутними для господарської діяльності, не можна відкидати й інших, менш важливих, оскільки вони всі пов'язані між собою, і поява одного фактора передуює появі іншого. А це, відповідно, позначається на результатах (здебільшого негативних) діяльності підприємства та галузі загалом.

Висновки та перспективи подальших наукових розробок

Проаналізовані теоретичні аспекти щодо виявлення та вивчення факторів виникнення трансакційних витрат у взаємодії суб'єктів господарювання буде використано у подальших дослідженнях щодо розроблення відповідної теоретичної бази – теорії трансакційних витрат, факторів, що впливають на їх формування, виокремлення з-поміж інших витрат господарської діяльності, а також розроблення методик, спрямованих на мінімізацію трансакційних витрат.

Література

1. **Архієреєв С.І.** Трансакційний сектор економіки України. – Харків: ХФ НІСД, 2003. – 56 с.
2. **Замазій О.В.** Проблеми обліку трансакційних витрат у діяльності суб'єктів господарювання// Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. – 2004, № 70. – С. 95-100.
3. **Йохна М.А.** Трансакційні витрати: сутність, значення, проблеми вимірювання та планування// Вісник Технологічного університету Поділля. – 2002, № 5, ч.2. Економічні науки. – С. 31-36.
4. **Капелюшников Р.** Категория трансакционных издержек. [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.liberarium.ru/liberarium/kapelushnikov>.

5. Коуз Р. Природа фирмы// Коуз Р. Фирма, рынок и право: Пер. с англ. – М.: Дело ЛТД, 1993. – С. 33-53.

6. [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Держком. статисти-ки України.

УДК 339.137.2:658

Доц. Т.А. Городня, канд. екон. наук;
магістрант І.М. Товкач – Львівська КА

ДІАГНОСТИКА ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Окреслено розуміння конкурентоспроможності продукції, висвітлено проблему аналізу і діагностики конкурентоспроможності продукції, яка повинна вирішуватися на основі узгодженого застосування теоретичного і прикладного апарату і враховувати вирішення вагомих проблем. Наведено модель забезпечення конкурентоспроможності продукції та показано поетапну діагностику конкурентоспроможності продукції.

*Assoc. prof. T.A. Gorodnya; undergraduate I.M. Tovkach –
L'viv commercial academy*

Diagnostics and providing of competitiveness of products

Outlined understanding of competitiveness of products, the problem of analysis and diagnostics of competitiveness of products which must decide on the basis of the concerted application of theoretical and applied vehicle and include the decision of ponder able problems is lighted up. The model of providing of competitiveness of products is resulted and stage-by-stage diagnostics of competitiveness of products is shown.

З переходом економіки України до ринкових відносин термін "конкурентоспроможність" став головним у визначенні іміджу підприємства та ефективності його діяльності.

Конкурентоспроможність як узагальнена економічна категорія характеризує економічну ситуацію, включаючи проектні, виробничі, розподільчі та споживчі аспекти результатів економічної діяльності. Конкурентоспроможність властива всім елементам економічної системи але виявляється в ситуаціях конфлікту, результатом якого повинен стати перерозподіл ринку.

Так, у загальному розумінні, конкурентоспроможність продукції – це властивість продукції, яка відображає можливості її успішного продажу на визначеному ринку за певний період часу. Рівень конкурентоспроможності продукції визначається різницею між аналогічною продукцією конкурентів за ступенем відповідності визначеної суспільної потреби та витратами на її задоволення. Іншими словами, конкурентоспроможність продукції завжди прив'язана до визначеного ринку та визначеного часу [1].

Конкурентоспроможність продукції може бути встановлена лише внаслідок її продажу, тобто в сфері обігу. У разі незмінних якісних характеристик продукції її конкурентоспроможність може змінюватися в достатньо широких межах, реагуючи на різні чинники, що визначаються конкурентним середовищем підприємства.

Проблема аналізу і діагностики конкурентоспроможності продукції повинна вирішуватися на основі узгодженого застосування теоретичного і прикладного апарату і включати вирішення наступних проблем:

- вивчення запитів та переваг потенційних споживачів продукції;