

УДК 658.7:004

Використання сучасних комунікаційних технологій в управлінні ланцюгами постачання / Зубкова А. Б., Поволоцька О. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 24(997). – С. 53–61. – Бібліогр.: 10 назв.

В работе рассмотрены современные коммуникационные технологии, используемые в управлении цепями поставок, а именно: технологии штрих-кодирования, радиочастотной идентификации, спутникового GPS мониторинга, мобильной связи, электронного обмена данными, облачных вычислений, применения приложений для смартфонов и планшетных ПК, систем управления цепями поставок, определены их преимущества и недостатки. Проанализировано использование коммуникационных технологий на 25 предприятиях – лидерах по управлению цепями поставок.

Ключевые слова: цепь поставок, коммуникационные технологии, конкурентоспособность предприятия, управление цепями поставок.

In the article, current communication technologies used in supply chain management such as barcoding, RFID, GPS monitoring, mobile communication, EDI, clouds computing, mobile applications and supply chain management software, were analyzed, their advantages and disadvantages were defined. Deployment of communication technologies on 25 world leading enterprises was analyzed.

Keywords: supply chain, communications technologies, competitiveness of the enterprise, supply chain management.

УДК 339.5

Я. В. КОНОНЕНКО, аспірант НТУ «ХПІ»

КОНЦЕПЦІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ

У статті відзначено, що однією із форм зовнішньоекономічної діяльності підприємств є зовнішня торгівля. Розглянуті класичні, неокласичні та альтернативні концепції теорій міжнародної торгівлі. Визначені основні критерії ефективності зовнішньої торгівлі.

Ключові слова: ефективність зовнішньої торгівлі, концепції міжнародної торгівлі, експортно-імпортні операції.

Вступ. В сучасному ринковому просторі економіки багатьох країн розвиваються в умовах взаємного обміну та співробітництва в різних галузях з метою практичного використання природних та людських ресурсів для виробництва товарів і послуг. Цей глобальний процес потребує вдосконалення і подальшого розвитку зовнішньоекономічної діяльності як основної форми економічних відносин країни та суб'єктів господарювання з іноземними державами.

Аналіз останніх досліджень. Однією із форм зовнішньоекономічної діяльності підприємств є зовнішня торгівля. Питання підвищення ефективності

експортно-імпортних операцій висвітлені в роботах як українських, так і зарубіжних вчених: Афанасьєва М. В., Вечканова Г. С., Давидова О. Д., Крамаревої О. М., Макогона Ю. В., Орлова П. А., Рокоча В. В., Савельєва Є. В., Самуельсона Пол. Е., Портера М. та ін.

Мета. Експортні та імпортні операції сприяють одержанню прибутку країною, отже важливим представляється розгляд базових концепцій міжнародної торгівлі з метою використання накопичених знань та досвіду в минулому для підвищення ефективності експортно-імпортних операцій в майбутньому.

Постановка проблеми. Оцінка ефективності експортно-імпортних операцій базується на теоріях міжнародної торгівлі, в яких міститься аналіз факторів впливу на ефективність міжнародної торгівлі, але аналіз останніх досліджень показує необхідність подальшого вдосконалення даної теми.

Матеріали досліджень. Перші пояснення причини міжнародної торгівлі та рекомендації щодо зовнішньоторговельної політики були здійснені в XV столітті європейськими вченими, ці концепції отримали назву *теорій меркантилізму*. Ранній меркантилізм виник наприкінці XV століття та ґрунтувався на доктрині «грошового балансу», тобто нагромадженні грошей внаслідок вивезення товарів при забороні або обмеженні вивозу грошей, і основними ідеологами даного підходу були У. Стаффорд та Г. Скарuffі. Прихильники цієї концепції дотримувались поглядів, згідно з якими державі слід продавати на зовнішньому ринку якомога більше товарів, а купувати – якомога менше. При цьому в країні повинно накопичуватися золото, яке за тих часів ототожнювалось із багатством нації. Теорія пізнього меркантилізму базувалась на доктрині «активного торговельного балансу», який можна було забезпечити шляхом активізації зовнішньої торгівлі при перевищенні доходів від експорту порівняно із витратами на імпорт, а також у результаті розвитку посередницької торгівлі (перепродаж іноземних товарів, надання транспортних послуг, кредитів з метою одержання додаткових надходжень від операцій на зовнішніх ринках). Держава повинна була обмежувати ввезення іноземних товарів шляхом підвищення ставок мита, а також формулювала правила вивезення вітчизняних товарів, використовуючи переважно фінансові методи заохочення. Засновниками даного підходу були Т. Мен, Серра, А. Мокрет'єн. Таким чином, у міжнародній

економіці появилася державна протекція і були закладені основи національної політики протекціонізму. Ідеї меркантилістів панували в економіці півтора століття, і торгівля між країнами мала більше обмежень ніж вона могла витримати як фактор економічного розвитку країни, що було піддано критиці і обумовило появу наступної теорії [1].

Основи класичної теорії міжнародної торгівлі були закладені наприкінці XVIII – початку XIX століття англійськими економістами Адамом Смітом, який сформулював теорію абсолютних переваг, та Девідом Рікардо, який сформулював теорію відносних переваг.

Основні положення *теорії абсолютних переваг* А. Сміт розкрив в 1776 р. в своїй роботі «Дослідження про природу та причини багатства народів», в якій він довів, що країни зацікавлені у вільній торгівлі, тому що можуть вигравати від неї незалежно від того, чи є вони експортерами або імпортерами. Для держави може бути вигідним не лише продаж, але й купівля товарів на зовнішньому ринку. На основі трудової теорії вартості була також зроблена спроба визначити, які саме товари краще експортувати, а які – імпортувати. Таким чином, згідно з принципом абсолютних переваг державі доцільно спеціалізуватися на виробництві таких товарів, з яких вона має найменші порівняно з іншими країнами витрати на виробництво. При цьому необхідною умовою для застосування теорії абсолютних переваг є вільна торгівля.

Д. Рікардо розвинув ідеї А. Сміта в роботі «Початки політичної економії та оподаткування» в 1817 р. та доказав, що принцип абсолютних переваг є лише окремим випадком більш загального правила та обґрунтував *теорію порівняльних переваг*. На думку автора, порівняльні переваги мають місце завжди, коли для виробництва двох товарів необхідні різні витрати. Якщо виробництво характеризується різними витратами, то внутрішні альтернативні вартості двох товарів у різних країнах не збігаються, і у такому разі внутрішні співвідношення цін до виходу на зовнішній ринок також будуть різнитися. Виражені в цінах витрати праці є фактором, який визначає напрям спеціалізації народного господарства, за якого кожна з країн отримає певний прибуток від взаємної торгівлі. Таким чином, в теорії порівняльних переваг має значення співвідношення сукупного попиту на товар і його сукупної пропозиції, які висуваються як всередині країни, так і з-за кордону.

Ефективність зовнішньої торгівлі в цьому випадку оцінюється економією відносних витрат на одиницю імпортованої та виробленої у середині країни продукції:

$$\frac{W_p}{W_e} < \frac{C_p}{C_e} < 1,$$

де W_p – число робочих годин, необхідних для виробництва однієї одиниці товару 1 у країні p ;

C_p – число робочих годин, необхідних для виробництва однієї одиниці товару 2 у країні p ;

W_e – число робочих годин, необхідних для виробництва однієї одиниці товару 1 у країні e ;

C_e – число робочих годин, необхідних для виробництва однієї одиниці товару 2 у країні e [2];

Отже, у моделі Д. Рікардо, як і в моделі А. Сміта, становлення зовнішньої економіки є наслідком вільної гри ринкових сил, і кожна країна отримує позитивний економічний ефект у формі зростання виробництва (виробничий ефект) та збільшення обсягів споживання (споживчий ефект).

Джон Стюарт Мілль уточнив і доповнив теорію порівняльних витрат, висунувши положення про вплив на витрати обопільного попиту держав, що торгують. Згідно з думкою автора, якщо між товарами цих країн є розходження у витратах, то для ефективного торгового обміну цієї обставини недостатньо і потрібна активізація попиту на товари зі сторони, що експортує. Міжнародна торгівля, на думку Дж. С. Мілля, управляється обопільним попитом.

Теорія порівняльних переваг пояснює міжнародну торгівлю різницею у відносних витратах, які мають країни у виробництві тих чи інших товарів, але не розкриває причини виникнення цієї різниці між країнами. В 20 – 30-х роках ХХ століття шведські економісти Елі Хекшер та Бертіль Олін сформулювали нову теорію міжнародної торгівлі, яка базується на факторному підході. Ще у 30-х роках ХІХ століття Жан-Батист Сей обґрунтував теорію факторів виробництва, до яких він відносив такі чинники як працю, землю та капітал, що у сукупності визначають витрати виробництва, отже подібний поділ використовували і шведські економісти. На їх думку, різниця між країнами у відносних витратах або у формі кривих виробничих можливостей пояснюється, головним чином,

тим, що, по-перше, у виробництві різних товарів використовується різне співвідношення між факторами виробництва, по-друге, не є однаковою відносна забезпеченість країн факторами виробництва. Згідно з *теорією Хекшера-Оліна*, країна об'єктивно буде орієнтуватися на вивезення тих товарів і послуг, для спеціалізації на яких у неї є порівняно кращі фактори виробництва, і навпаки – в імпорті переважатимуть товари й послуги, які у даній країні відносно дефіцитні. До того ж, експорт та імпорт за умови високої міжнародної мобільності може бути зменшений переміщенням самих факторів виробництва (робочої сили або капіталу). Таким чином, найважливішою умовою раціонального обміну товарами між країнами є різниця у співвідношенні в них факторів виробництва. Особливий вклад у розвиток теорії Хекшера-Оліна зробив у 60-х роках ХХ століття Пол Самуельсон, і з того часу дана концепція має назву теорія Хекшера-Оліна-Самуельсона.

Теорія Хекшера-Оліна успішно пояснює багато закономірностей, що спостерігаються у міжнародній торгівлі, але разом із тим, вона має певні обмеження. Зокрема, в середині 50-х років ХХ століття американський економіст Василій Леонтьєв зробив спробу емпірично перевірити основні висновки теорії Хекшера-Оліна та дійшов до парадоксальних результатів. Він показав, що в американському експорті переважали відносно більш працемісткі товари, а в імпорті – капіталомісткі, тоді як у післявоєнний період капітал був відносно надлишковим фактором виробництва. Численні спроби пояснити *«парадокс Леонтьєва»* дозволили розвинути теорію Хекшера-Оліна шляхом врахування інших обставин, які впливають на міжнародну спеціалізацію, включаючи неоднорідність факторів виробництва, значну роль природних ресурсів, вплив зовнішньоторговельної політики тощо [3-6].

У структурі міжнародної торгівлі постійно відбуваються зміни, які стимулюють як подальший розвиток існуючих теорій, так і розробку альтернативних теоретичних концепцій. Розвиток наукомістких, високотехнологічних галузей виробництва і, відповідно, стрімке зростання міжнародного обміну їх продукцією зумовили появу низки теорій неотехнологічного напрямку, характерною особливістю яких є спроба пояснення реалій і перспектив міжнародної торгівлі динамічними порівняльними перевагами, що виникають або створюються, використовуються, а з часом

зникають. З усього різноманіття неофакторних та неотехнологічних підходів та концепцій до міжнародної торгівлі можна визначити декілька основних: модель наукомісткої спеціалізації; теорія технологічного розриву; теорія життєвого циклу продукту на світовому ринку; модель економії на масштабах виробництва; концепція внутрішньогалузевої торгівлі, теорія конкурентних переваг.

Модель наукомісткої спеціалізації обґрунтовує об'єктивність спеціалізації індустріально розвинутих країн на виробництві та експорті наукомістких і технологічно-складних товарів, а країни, що розвиваються, мають спеціалізуватися на виробництві та експорті переважно ресурсомістких товарів.

Теорія технологічного розриву пояснює торгівлю між країнами існуванням відмінностей у рівнях їх технологічного розвитку.

Теорія життєвого циклу продукту на світовому ринку була розроблена Раймондом Верноном у 1966 р. і ґрунтується на теорії життєвого циклу продукту, яка, у свою чергу, була запропонована на початку 60-х років фахівцями Гарвардської школи бізнесу на чолі з Теодором Левіттом. Сутність цієї теорії полягає в тому, що один і той же товар в один і той же час знаходиться в різних країнах на різних стадіях свого життєвого циклу.

Згідно з **моделлю економії на масштабах виробництва** у країнах, які мають місткий внутрішній ринок, повинні розміщуватися такі виробництва, що забезпечують зростання економічного ефекту при збільшенні масштабу виробництва. Основним у цій моделі є припущення, що розвинуті країни мають фактори виробництва приблизно в однакових пропорціях, а тому торгівля між ними доцільна в тому разі, якщо вони спеціалізуються на виробництві товарів різних галузей, що дозволяє знижувати витрати за рахунок масового виробництва.

Концепція внутрішньогалузевої торгівлі орієнтована на дослідження та пояснення такої сучасної тенденції розвитку міжнародної торгівлі, як внутрішньогалузева торгівля між країнами. Розвиток останньої входить у пряму суперечність із постулатами моделей факторонаділеності, а саме: країни торгують товарами, які виробляють за фактично однаковою інтенсивністю витрат факторів, а не товарами, які є результатом використання надлишкових факторів виробництва. У 1961 р. шведський економіст Пітер Ліндерт висунув гіпотезу, що на обсяг і структуру торгівлі товарами обробної промисловості (а

саме вони є основними у внутрішньогалузевій торгівлі) впливають не витратні умови пропозиції, а умови й характер попиту, зумовлені приблизно однаковим рівнем ВВП на душу населення в країнах. У таких країнах споживачі мають порівняльні споживацькі переваги, які може задовольняти продукція будь-якої з даних країн.

Теорія конкурентних переваг з'явилася завдяки працям американського економіста Майкла Портера, який обґрунтував її у 1991 р. Він запропонував принципово новий підхід до аналізу розвитку міжнародної торгівлі, суть якого полягає в тому, що значна частка світових товарних потоків пов'язана не з природними, а набутими перевагами, які формуються в ході конкурентної боротьби. Таким чином, на міжнародному ринку конкурують не країни, а фірми [6, 7].

Висновки. Аналіз теорій міжнародної торгівлі показує, що вони постійно розвиваються, вдосконалюються, включаючи все більше виробничих факторів. В сучасних економічних умовах важливо вивчати як питання ефективності функціонування країн, так і питання оцінки ефективності участі у світовій економіці окремих фірм.

Список літератури: 1. *Вечканов Г. С.* Экономическая теория : [учеб. для вузов] / Г. С. Вечканов. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2009. – 448 с. ил. – (Серия «Учебник для вузов»). – С. 372–377. 2. *Крамарева О.М.* Оцінка ефективності експорту та імпорту машин і обладнання вітчизняними підприємствами : Дис. на здоб. наук. ступ. к.е.н. : спец. 08.06.01 «Економіка та, організація та управління підприємствами» / О.М. Крамарева. Харків, – ХНЕУ, 2005. – 187 с. 3. *Рокоча В.В.* Міжнародна економіка: навч. посіб. : у 2 кн. / В.В. Рокоча. – К. : Таксон, 2000. – Кн. I: Міжнародна торгівля: теорія та політика. – 320 с.: ил. (“Modus Vivendi”). – С. 85–87. 4. *Савельєв Є.В.* Міжнародна економіка: теорія міжнародної торгівлі [підручник для магістрантів з міжнародної економіки і державної служби] / Є.В. Савельєв. – Тернопіль: Економічна думка, 2001. – 504 с. 5. *Самуельсон Пол Э.* Экономика : [классич. учеб. от лауреата нобелевской премии] / Пол Э. Самуельсон, Вильям Д. Нордхаус; [под ред. А. А. Старостиной, В. А. Кравченко ; пер. с англ.: О. Л. Пелявского]. – 18-е изд. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2008. – 1360 с. ил. – С. 558–594. 6. *Міжнародна економіка* : навч. посіб. [Електронний ресурс] / В.Є. Сахаров, В. С. Будкін, С. А. Єрохін [та ін.]. – 2-е вид. випр. ; Національна академія управління. – К.: Ін Юре, 2008. – 432 с. – Режим доступу : http://www.big-lib.com/book/4_Mijnarodna_ekonomika/310_23_Evoluciya_teorii_mijnarodnoi_torgivli. 7. *Портер М.* Конкуренция / Майкл Э. Портер ; [обновленное и расширенное издание ; пер. с англ. О. Л. Пелявского и др. ; под ред. Я. В. Заболоцкого]. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2010. – 592 с. ил. – С.209-210.

Надійшла до редакції 26.03.2013

УДК 339.5

Концепції ефективності зовнішньої торгівлі / Кононенко Я. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 24(997). – С. 61–68. – Бібліогр.: 7 назв.

В статье отмечено, что одной из форм внешнеэкономической деятельности предприятий является внешняя торговля. Рассмотрены классические, неоклассические и альтернативные концепции теорий международной торговли. Определены основные критерии эффективности внешней торговли.

Ключевые слова: эффективность внешней торговли, концепции международной торговли, экспортно-импортные операции.

In the article it is mentioned that one of the forms of foreign economic activity of enterprises is foreign trade. Classical, neoclassical and alternative conceptions of theories of international trade are considered. The basic criteria of efficiency of foreign trade are defined.

Key words: efficiency of foreign trade, conceptions of international trade, export-import operations.

УДК 658.8

А. В. КРИСЕНКО, студентка, НТУ «ХПІ»;

В. Д. ІВАНИЦЬКИЙ, канд. екон. наук. НТУ «ХПІ».

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ОСНОВНА КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА ПІДПРИЄМСТВА

В статті обґрунтовано роль корпоративної культури у підвищенні конкурентоспроможності підприємства. Розкрито сутність впливу корпоративної культури на конкурентоспроможність підприємства. Виявлено основні типи взаємодії корпоративних культур на підприємстві та їх вплив на імідж та конкурентоспроможність підприємства.

Ключові слова: корпоративна культура, корпоративні цінності, конкурентоспроможність, персонал, конкурентні переваги, імідж.

Вступ. Корпоративна культура – складне і гнучке поняття. Вона відрізняється складністю і взаємозалежністю елементів, відносною цінністю прогнозів. Неухильно зростає її роль в загальній стратегії розвитку і конкурентоспроможності організацій. Однак, дуже мало організацій, які мають спеціальні служби, що займаються формуванням та впровадженням корпоративних цінностей. Інші організації мають широке поле формування корпоративних цінностей, тому керівництву ще необхідно усвідомити значимість корпоративної культури, яку все частіше називають нематеріальною основою конкурентоспроможності. Створення конкурентоспроможної організації, що має індивідуальність і загальні цінності, можливе лише в результаті послідовного формування цілісної системи поглядів, складовою якої є особиста внутрішня культура персоналу. Таким чином, формування корпоративної культури повинно починатися з кожного співробітника.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Корпоративну культуру як одну з конкурентних переваг досліджують у західній економічній літературі,