

**Є.І. БОГУСЛАВСЬКИЙ**, канд. екон. наук, доц., ХІФ УДУФМТ,  
**О.В. ПЕТРУК**, магістрант, ХІФ УДУФМТ

### **ВПЛИВ ЕЛАСТИЧНОСТІ ПОПИТУ ПО ДОХОДУ НА ПРОЦЕС ДИВЕРСИФІКАЦІЇ В ДОВГОСТРОКОВОМУ ПЕРІОДІ**

В статті доказано, що для стратегічного управління можна використовувати інструментарій як макроекономіки, так і мікроекономіки, в частині, мультиплікатор компліментарності і еластичність попиту по доходу при диверсифікації підприємств.

**Ключевые слова:** диверсифікація в довгостроковому періоді, еластичність попиту по доходу, мультиплікатор компліментарності.

The article proved that strategic management can use instruments of macroeconomics and microeconomics, in particular, the complementary multiplier and income elasticity of demand for the diversification of enterprises.

**Key words:** diversification in a long run, elasticity of demand for income, multiplier complementary.

**Постановка проблеми, зв'язок з науковими та практичними задачами.** На сучасному етапі розвитку економіки та ринкових відносин такий процес як диверсифікація часто використовується підприємствами для виходу на нові ринки, розширення напрямків діяльності, збільшення обсягів виробництва та реалізації, а, відповідно, й максимізації прибутку. В той же час, необхідно зауважити, що немає набору чітко визначених факторів, які важливо випростовувати при визначенні напрямку диверсифікації. Отже, кожне підприємство в праві вирішувати, яким чином воно обирає для себе напрямок диверсифікації. Але можна сказати напевне, що при здійсненні вибору підприємство завжди повинно визначати напрямок диверсифікації у відповідності до його стратегічних цілей. Досягнути поставленого завдання можна за допомогою визначення еластичності попиту по доходу на товари, які планує виробляти підприємство.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій по даній проблемі.** Дослідженням процесу диверсифікації, її різновидів, теорій, яких слід дотримуватися при її впровадженні займалися і займаються велика кількість вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема Ансофф І., Бухвалов А.В., Гурков І.Б., Зотт К., Колліс Д.Дж., Монтгомері С.А., Маркідес К.С., Портер М., Рамелт Р., Селищев А.С., Уильямсон П.Дж. [1, 2, 5 – 11]. Але, незважаючи на те, що у численних дослідженнях були надані рекомендації щодо факторів, які необхідно враховувати при визначенні напрямку диверсифікації підприємства, досі не було визначено, що еластичність попиту по доходу на товар є дійсно вартою до врахування, бо надає можливість більш точно визначити наскільки стратегічно обґрунтованим та перспективним є напрямок диверсифікації.

**Метою даного дослідження** є використання макроекономічних та мікроекономічних здобутків, зокрема, врахування еластичності попиту по доходу при визначенні напрямку диверсифікації.

**Вклад основного матеріалу.** У економічній науці, за часів її розвитку, сформувалося багато напрямів. Так, класифікатор УДК у галузі економіки містить біля трьох тисяч кодів. Але досі не існує єдиної економічної теорії, яка б використовувала спільний апарат. Це призвело до того, що різні напрями та розділи економічної науки не враховують здобутки один одного.

Так, наприклад, стратегічне управління практично не використовує мікроекономічний, а тим більш макроекономічний, апарат. У декількох статтях було показано, як можна використати апарат мікроекономіки для визначення найкращого моменту початку диверсифікації підприємства. Також, вдалося впровадити макроекономічний принцип мультиплікатору для диверсифікації підприємств [3, 4]. На основі цього мультиплікатору (мультиплікатор компліментарності) можна математично описати синергетичний ефект, який і досі не був математично визначений, не зважаючи на велику кількість опублікованих наукових досліджень за цією тематикою. Основною формулою, яка, як правило,

використовується для визначення синергитичного ефекту має вигляд «2+2=5».

В даному дослідженні поставлена задача доказати, що макроекономічні та мікроекономічні здобутки, зокрема, врахування еластичності попиту по доходу, можуть бути корисними при визначенні напрямку диверсифікації.

Коли розглядаються питання стратегічного управління, зокрема, диверсифікації, майже ніколи не враховується досвід макроекономічних надбань у визначенні стратегії розвитку різних країн. Хоча диверсифікація у діяльності підприємств, особливо великих багатопрофільних корпорацій, та диверсифікація у діяльності країн мають багато спільних рис. В обох випадках оптимальна стратегія передбачає не отримання миттєвого результату, а планування довгострокового сталого розвитку.

Розглянемо розвиток деяких країн з точки зору еластичності попиту по доходу, яка розраховується за наступною формулою [3]:

$$\mu = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta I/I} = \frac{\Delta Q}{\Delta I} \times \frac{I}{Q},$$

де  $\mu$  – відношення відсоткової зміни обсягу попиту до відсоткової зміни доходу споживача;

$Q$  – відсоткова зміна обсягу попиту;

$I$  – відсоткова зміна доходу споживача.

Таким чином, за попитом по доходу можна виділити наступні групи товарів:

1) неякісні товари ( $\mu < 0$ ) – це товари, які при збільшенні доходів споживачів попит зменшується (рис. 1);

2) абсолютно нееластичні товари ( $\mu = 0$ ) – це товари, попит на які не змінюється з коливаннями доходу (рис. 2);

3) товари першої необхідності ( $0 < \mu < 1$ ), попит на які є нееластичним до доходу (рис. 3);

4) високотехнологічні товари, які ще називають «предметами розкоші», попит на які випереджає ріст доходу населення ( $\mu > 1$ ) (рис. 4).

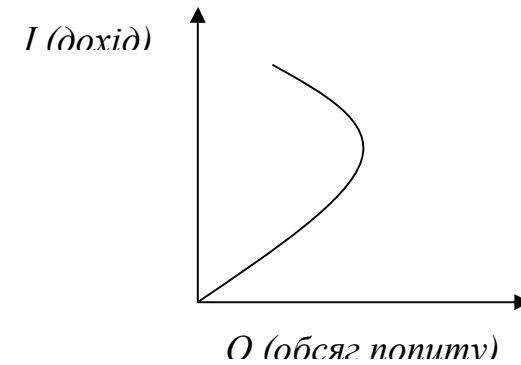


Рис. 1 – Крива Енгеля для неякісних товарів

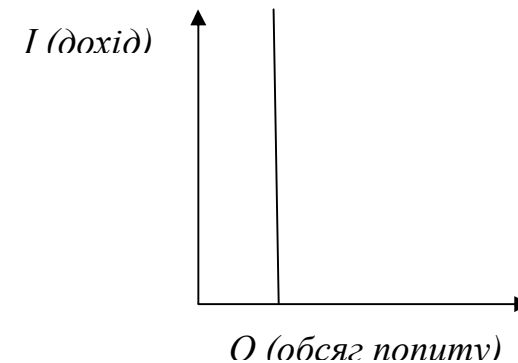


Рис. 2 – Крива Енгеля для абсолютно нееластичних товарів

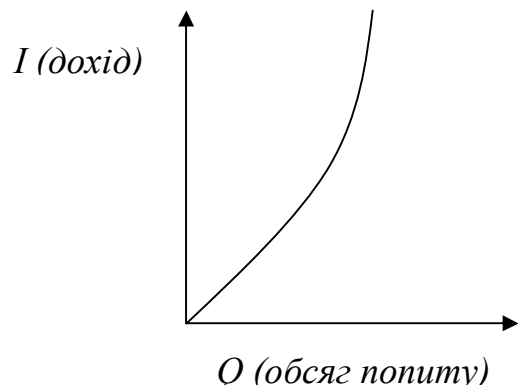


Рис. 3 – Крива Енгеля для товарів першої необхідності

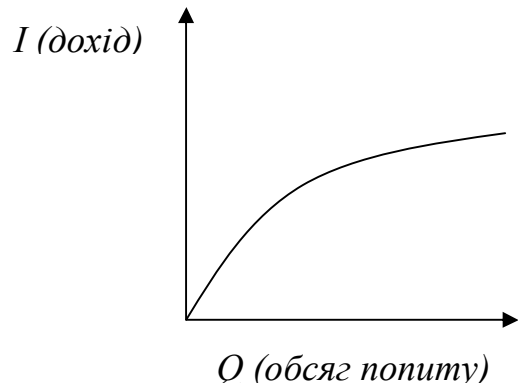


Рис. 4 – Крива Енгеля для високотехнологічних товарів

З рис. 1–4 видно, що при збільшенні доходу товари з низькою якістю починають користуватися меншим попитом; попит на товари першої необхідності практично не зростає і, в той же час, попит на високоякісні товари зростає значно більшими темпами, ніж підвищення доходів населення. Проілюструвати це можна на історії розвитку країни на наступних прикладах.

В середині XIX століття рівень життя в Аргентині та США був приблизно однаковим. Наглядні відмінності з'явилися після Великої депресії 1929 – 1933 рр., після якої ціни на сировину почали різко зни-

жуватися у порівнянні з промисловою продукцією. К 2000 р. рівень життя серед нестатистичного американця більш ніж в 10 разів перевищив рівень життя серед нестатистичного аргентинця. Одна з головних причин таких змін полягала в тому, Аргентина в міжнародному поділі праці почала спеціалізуватися на пшениці, м'ясі та корисних копалинах, тобто на товарах з низькою еластичністю по доходу, в той час як США – на «предметах розкоші» (високотехнологічна продукція з високою еластичністю по доходу).

Ще один яскравий приклад дії формули еластичності по доходу є приклад Японії, економіка якої не була дуже розвинутою і до початку Другої вітчизняної війни, а після поразки була майже зруйнована. Крім того, Японія практично не мала сировинної бази. Після війни між економістами йшла дискусія щодо того, який шлях розвитку обрати країні: почати виробництво рису або «предметів розкоші» (автомобілів, побутової техніки). При цьому у Японії був реальний шанс захопити майже весь світовий ринок продажу рису. Це у найближчій перспективі могло дати більш значний економічний ефект, ніж розвиток високотехнологічної продукції. Але, в результаті, була зроблена ставка на високі технології. Цей напрямок розвитку зумовив появу «японського економічного чуда» [11].

Ще один приклад стосується помилки Радянського союзу у визначенні стратегії розвитку у 70 – х роках XX сторіччя. На той момент економіка Радянського союзу, технології які використовувалися особливо у космічній галузі та військовій промисловості були повністю конкурентоспроможними у порівнянні з найрозвиненішими країнами світу. Радянська електронна обчислювальна машина «Минск 32» була конкурентоспроможною з існуючими на той час моделями ІВМ. Але «нафтова криза» 1973 року та значний ріст цін на нафту й матеріали з неї підштовхнув керівництво Радянського союзу змінити вектор розвитку з виробництва високотехнологічної та високоякісної продукції на розвиток видобування нафти та газу. Ресурси країни були акумульовані на цій сфері, що миттєво дало значний економічний ефект. Однак у довгостроковій перспективі ці заходи призвели до початку процесу деіндустріалізації економіки, СРСР з технологічної держави поступово

перетворився у постачальника сировини, тобто захворів так званою «голландською хворобою».

Які ж висновки можна зробити з цих прикладів? Бажаним напрямом диверсифікації на підприємствах може бути випуск високотехнологічних товарів. Це ствердження не є суттєво обов'язковим, але при виборі нових напрямків розвитку підприємств його необхідно враховувати.

Ще один приклад з історії колишнього СРСР того, до чого призвів відхід від цього принципу. Коли у 90 – х роках ХХ століття керівництво СРСР визначило курс на конверсію, орієнтир був взятий на виробництво товарів, для яких не потрібно було робити значних інвестицій, тобто менш наукомістких товарів, ніж вироблялись до того. Основу товарів складала товари першої необхідності, для яких технологічні потужності підприємства використовувалися частково. Таким чином, з одного боку, підприємства не використовували і третини своїх виробничих потужностей, а з іншого – підприємства перейшли на випуск або неякісних товарів, або товарів першої необхідності.

Якщо ще раз розглянути криві Енгеля, стає зрозуміло, що така конверсія обов'язково повинна була призвести до краху майже самої потужної галузі промисловості у СРСР. Підприємства, потужності яких склалися з високотехнологічного та сучасного обладнання, перейшли на випуск дешевих товарів і зіткнулися на цьому ринку з серйозною конкуренцією з боку як вітчизняних, так і зарубіжних товаровиробників, які роками діяли на цьому ринку.

При поступовому покращенні матеріального стану населення, попит на цю продукцію почав знижуватись. Підприємства, які невдало проводили політику конверсії, почали зупиняти роботу.

Таким чином, підприємствам, які планують довгострокову стратегію розвитку при виборі напрямку диверсифікації, необхідно враховувати еластичність по доходу диверсифікованого товару.

В той же час, необхідно зазначити, що у ході дослідження було виявлено той факт, що у вітчизняній та зарубіжній літературі немає пропозиції, що при виборі напрямку диверсифікації бажано орієнтуватися на еластичність по доходу диверсифікованого товару.

Це підтверджується, якщо розглянути фактори, які пропонуються враховувати у дослідженнях при визначенні напрямку диверсифікації (табл. 1).

Таблиця 1

Фактори, які рекомендується враховувати при виборі напрямку диверсифікації

№ з/п	Назва та автори	Основні фактори:
1	Ресурсна концепція підприємства [6]	1) диверсифікація має більше переваг у порівнянні з непов'язаною; 2) економія від різноманіття при використанні операційних ресурсів; 3) минулий напрямок розвитку, наявність технологічних можливостей, комплементарних активів.
2	Колліс Д.Дж., Монтгомері С.А., Гурков І.Б. [7, 9]	Модель «трикутника» корпоративної стратегії: 1) наявність у корпорації ресурсів, пов'язаних між собою бізнесів, 2) організаційної структури, систем та процесів, використовуваних для управління різноманітними бізнесами; 3) «батьківська функція» штаб – квартири диверсифікованої корпорації.
3	Підхід операціоналізації ресурсної концепції диверсифікації (Маркідес К.С., Уильямсон П.Дж.; Рамелт Р., Зотт К.) [10, 1, 8]	1) Побудова стратегії диверсифікації з урахуванням конкурентоспроможності та конкурентних переваг для досягнення довгострокових лідерських конкурентних позицій; 2) Три параметри динамічних можливостей – прийняття рішення щодо моменту старту використання певних ресурсів, зокрема щодо здійснення змін, управління затратами, управління процесом здійснення навчання фірми. Два вибори – імітація та інновація
4	Майкл Портер [6]	Проведення трьох тестів: 1) тест на привабливість; 2) тест на вартість входу до нової галузі; 3) тест на додаткові вигоди.

Як можна побачити, жоден з провідних фахівців з стратегічного розвитку підприємств та політики диверсифікації не приділяє увагу фактору еластичності попиту по доходу при проведенні диверсифікації на підприємствах. Можлива відмова від макроекономічного та макроекономічного апарату зв'язана з позицією засновника теорії стратегічного управління підприємствами І. Ансоффа: «Мікроекономіка – осно-

вна частина економічної теорії, яка стала в XIX ст. початком обґрунтування мети максимізації прибутку, – відкинула розширювальне трактування з двох причин. По – перше, тому, що вона є стабільною теорією, що розглядає лише умови рівноваги, а тому не здатна розрізняти довгострокові і короткострокові горизонти. По – друге, в мікроекономіці немає різниці між інвестиціями, які приносять поточний прибуток і прибуток майбутній.» [2, с. 74].

Тобто, на нашу думку, складається парадоксальна ситуація, коли, декларуючи неспроможність мікроекономіки розрізняти довгострокові та короткострокові горизонти, йде відмова від одного з найважливіших напрямів довгострокової економічної політики підприємства. Вибір напрямку розвитку повинен враховувати еластичність попиту по доходу та використовувати математичний апарат, завдяки якому можна її обчислити. Це є одним з важливіших критеріїв при виборі напрямку диверсифікації.

**Висновки.** До основних критеріїв, які враховуються при виборі напрямку диверсифікації (затрати на входження до нового ринку або галузі, привабливість, додаткові вигоди, зміни у навколишньому діловому середовищі, наявність певних видів ресурсів у власності підприємства, конкурентоспроможність, динамічні можливості та інші) необхідно додати критерій еластичності попиту по доходу. Цей фактор може використовуватися як на макроекономічному рівні (на прикладах країн), на мікроекономічному рівні, так і на рівні стратегічного планування діяльності підприємств при формуванні довгострокової стратегії диверсифікації.

**Список літератури:** 1. *Rumelt R.* Strategy, Structure and Economic Performance. Division of Research, Harvard Business School, Cambridge, MA, 1974. 2. *Ансофф И.* Новая корпоративная стратегия / Пер. с англ. С.Жильцов. – СПб: Питер Ком, 1999. – 416 с. 3. *Богуславський Є.І.* Дослідження ефекту мультиплікатора на рівні економіки підприємства / Є.І. Богуславський, Ю.С. Шибалкіна // Економіка розвитку. – Х.: Видавництво ХНЕУ. 2008. – С. 70 – 73. 4. *Богуславський Є.І.* Стратегія диверсифікації: вибір моменту старту / Є.І. Богуславський, Ю.С. Шибалкіна // Соціальна економіка– Х.: ХНУ ім. Каразіна. 2009. №2 – С. 182 – 188. 5. *Боумэн К.* Основы стратегического менеджмента / Пер. с англ. Под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М.: Банкии биржи, ЮНИТИ, 1997. – 175 с. 6. *Бухвалов А.В.* Современные трактовки стратегий диверсификации / А.В. Бухвалов, В.С. Катяло // Российский журнал менеджмента.

– 2008. – №1. – С. 57 – 64. 7. *Гурков И. Б.* Стратегия и структура корпорации / М.: Дело, 2006. 8. *Зотт К.* Динамические способности и внутриотраслевые различия результатов деятельности фирм: исследование с использованием имитационного моделирования / Российский журнал менеджмента. 2008. – № 6 (1). – С. 89 – 130. 9. *Коллис Д.Дж.* Корпоративная стратегия. Ресурсный подход / Д.Дж. Коллис, С.А. Монтгомери. – М.: Олимп-Бизнес, 2007. 10. *Маркидес К.С.* Связанная диверсификация, ключевые компетенции и результаты корпорации / К.С. Маркидес, П.Дж. Уильямсон. – Российский журнал менеджмента. – 2008. – № 6 (1). – С. 65 – 88. 11. *Селищев А.С.* Микроэкономика / А.С. Селищев. – СПб.: – Питер, 2002. – 448 с.

*Поступила в редколлегию 23.03.10*

УДК 332.012.324

*Н. БОЙКО*, пошукувач, УПА

## ВПЛИВ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВОЮ ВЛАСНІСТЮ НА СТРУКТУРУ КАПІТАЛУ КОРПОРАЦІЇ

В статті розглядається вплив стратегії управління промисловою власністю на структуру капіталу корпорації

In article is considered influence to strategies of industrial property management on structure of the capital to corporations

**Ключові слова:** капітал, структура, вартісний цикл, промислова власність, цінні папери, прибуток, поточна вартість, запозичення, власні кошти

**Вступ.** Будь-яке акціонерне товариство формує свої фінансові ресурси за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел. Їх співвідношення визначає структуру капіталу, що формується у відповідності зі стратегічними задачами кожної конкретної корпорації на визначений термін. Рішення по визначенню структури капіталу — це вибір компромісу між ризиком і прибутковістю, оскільки збільшення частки позикового капіталу підвищує ризик, але одночасно забезпечує підвищення прибутковості на вкладені кошти. Формування оптимальної структури капіталу дає можливість власникам корпорації отримати максимум прибутку на вкладений капітал. Слід зазначити, що однакової для всіх корпорацій оптимальної структури капіталу не існує. Ви-