

5. Дмитрук О.Я. Технічне оновлення як складова розширеного відтворення підприємств машинобудівного комплексу в умовах інтеграції / О.Я. Дмитрук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 2. – Т. 1. – С. 97–100.

6. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : [монографія] / О.І. Драган. – К. : ДАКККіМ, 2006. – 160 с.

7. Пузирьова П.В. Актуальні аспекти забезпечення технологічної конкурентоспроможності підприємств в сучасних умовах / П.В. Пузирьова // Ефективна економіка. – 2014. – № 9. – С. 1–2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3365>.

8. Бібліофонд. Оновлення техніко-технологічної бази виробництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=607436#1>.

УДК 33(477):633.1

**Седікова І.О.,**

доктор економічних наук,

доцент кафедри менеджменту і логістики,

*Одеська національна академія харчових технологій*

**Коренман Є.М.,**

старший викладач кафедри менеджменту і логістики,

*Одеська національна академія харчових технологій*

## ДОСЛІДЖЕННЯ АСИМЕТРІЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ЗЕРНОВОМУ РИНКУ

**Седікова І.О., Коренман Є.М. Дослідження асиметрії інформації на зерновому ринку.** У статті обґрунтовано вплив асиметрії інформації на ефективність діяльності підприємств зернового ринку. Визначено, що інформація – це ресурс (товар) з особливостями поширення та використання. Встановлено, що зерновий ринок є виробничо-економічною системою взаємозалежних агропромислових галузей, диференційованих на функціональні ринкові підсистеми. За даними управлінського обліку і експертних оцінок було проведено аналіз зернопереробних підприємств з різними обсягами виробництва і рівнем витрат.

**Ключові слова:** асиметрія, трансакційні витрати, зерновий ринок, ефективність, інформація.

**Седикова И.А., Коренман Е.М. Исследование асимметрии информации на зерновом рынке.** В статье обосновано влияние асимметрии информации на эффективность функционирования предприятий зернового рынка. Определено, что информация – это ресурс (товар) с особенностями распространения и использования. Установлено, что зерновой рынок представляет собой производственно-экономическую систему взаимосвязанных агропромышленных отраслей, дифференцированных на функциональные рыночные подсистемы. По данным управленческого учета и экспертных оценок был проведен анализ зерноперерабатывающих предприятий с различными объемами производства и уровнем затрат.

**Ключевые слова:** асимметрия, трансакционные издержки, зерновой рынок, эффективность, информация.

**Sedikova I.A., Korenman E.M. Research of asymmetry of information on the grain market.** The article substantiates the influence of information asymmetry on the efficiency of grain market enterprises. It is determined that information is a resource (product) with the features of distribution and use. It was established that the grain market is a production-economic system of interdependent agro-industrial sectors, differentiated into functional market subsystems. According to the management accounting and expert assessments, the analysis of grain-handling enterprises was conducted with different volumes of production and the level of costs.

**Key words:** asymmetry, transaction costs, grain market, efficiency, information.

**Постановка проблеми.** Асиметрія інформації є рисою, яка іманентно притаманна різним рынкам, і через їх специфіку вона володіє особливими характеристиками, формами прояву, напрямками впливу на агентів ринку. Вона перешкоджає прийняттю економічними суб'єктами оптимальних рішень та ефективному розподілу ресурсів, призводить до несприятливого відбору, виникнення морального ризику і створює можливості для реалізації опортуністичної поведінки

сторін, збільшує трансакційні витрати. Ускладнення економічних відносин, посилення разом з технологічними факторами значущості інституційних чинників економічного розвитку обумовлює необхідність врахування трансакційних витрат і оцінки їх впливу на відтворювальний процес. При цьому слід наголосити на тому, що основна частина трансакційних витрат носить прихований характер і не відбивається в документах фінансово-господарської діяльності підпри-

емств, ускладнюючи їх кількісну оцінку. Тому суттєвим резервом зниження собівартості продукції є оптимізація та регулювання трансакційних витрат, що в комплексі з ефективним управлінням є одним з ключових чинників конкурентоспроможності підприємств. Але якщо оптимізація матеріальних витрат лежить в галузі технології виробництва, то оптимізація трансакційних витрат лежить в площині інституціональних змін. Підприємствам необхідні комплекс заходів, інструменти для регулювання трансакційних витрат, що дасть змогу значно підвищити ефективність роботи як окремих підприємств, так і аграрного сектору загалом. Тому дослідження асиметрії інформації як важливої умови, що визначає процеси, що відбуваються на зерновому ринку, має особливу значимість.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням впливу асиметрії інформації на розвиток економічних відносин присвячено значну кількість наукових праць, зокрема фундаментальні дослідження таких провідних зарубіжних учених, як Дж. Акерлоф, Дж. Стігліц, М. Спенс, Дж. Стиглер, К.Дж. Ерроу, Ж. Тироль. Належне місце в розробці цієї проблематики посідають праці відомих українських економістів, до яких належать В. Євдокимов, М. Єрмошенко, Я. Жаліло, Г. Заграй, В. Іванова, О. Костюк, В. Огієнко, С. Чистяков. Але недостатньо дослідженими залишаються питання регулювання трансакційних витрат на зерновому ринку.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є обґрунтування теоретично-методичних та практичних засад щодо впливу асиметрії інформації на ефективність діяльності підприємств зернового ринку.

**Виклад основного матеріалу.** Поняття асиметрії як заходу несиметричності розподілу було введено в науковий обіг в 1895 р. К. Пірсоном. Наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. це поняття акумулювало низку загальновизнаних характеристик, таких як спрямованість проти чийось дій [1, с. 8], наявність суттєвої інформації у одного з учасників угоди [2, с. 22], властивість невідповідності, відсутність симетрії [3, с. 82]. У наявних визначеннях можна виділити ключову характеристику асиметрії, а саме перевагу будь-якого суб'єкта перед іншим суб'єктом. У такому разі асиметрію можна визначити як ситуацію, за якої один суб'єкт відносин має перевагу перед іншим суб'єктом, про яку той не знає (або знає) і яку не може подолати. Як змістовні характеристики асиметрії слід виділити:

- невідповідність, яка показує порушення міри, для якої оцінюють або порівнюють одне й те ж явище;
- необ'єктивність як неправильну оцінку наявного положення, що приводить до різних обсягів інформації у різних господарюючих суб'єктів;
- спотворене відображення дійсності, яке може побічно свідчити про неадекватність сприйняття реальності.

Протиріччя та конфлікти взаємовідносин, прояви опортунізму між суб'єктами ринку, відхилення фактичних результатів від бажаних є прямими проявами асиметрії інформації. Отже, можна зробити висновок, що виконання жорстко заданих параметрів неможливо в довгостроковому періоді, коли навколишнє середовище змінюється швидше, ніж господарські суб'єкти можуть його осмислити і симетрично відобразити спочатку в своїй свідомості, а потім і в стосунках. Таким

чином, асиметрія є результатом обмежених пізнавальних здібностей учасників угоди у невизначеному навколишньому середовищі.

Джерелом асиметрії виступає невизначеність, яка визначається В. Далем як невідомість, недослідженість [4, с. 524]. Невизначеність є недостатністю відомостей про умови, в яких буде протікати економічна діяльність, низьким ступенем передбачення цих умов [5, с. 206]; вона пов'язана з ризиком планування, прийняття рішень, здійснення дій на всіх рівнях економічної системи [6]. На думку автора, невизначеність – це відсутність повних відомостей (або наявність неповних відомостей) про навколишнє середовище, в якому він має намір вжити будь-яких дій. Нами з'ясовано, що інформація – це сукупність відомостей, що описують навколишній світ; інструмент регулювання [7, с. 13; 8]; товар, затребуваний у суспільстві. Таким чином, потреба в інформації є об'єктивним процесом, оскільки під час її отримання долається невизначеність у господарському середовищі, яка використовується у в процесі прийняття рішень [9, с. 36].

В науковій літературі розрізняють поняття «інформація» і «знання». Цю позицію підтримує і автор цього дослідження. Однак оскільки для цього дослідження названий аспект не відіграє суттєвої ролі, то ці поняття будуть розглядатись як синоніми. В епоху постійних змін і невизначеності ефективність дій суб'єктів господарювання багато в чому залежить від повних уявлень про оточуючі нас явища і процеси. Тому в сфері економіки головним фактором досягнення успіху є інформація, яка не тільки дає змогу надати правильну оцінку майбутніх дій і досягти результатів [10, с. 30], але й виступає значущим джерелом конкурентної переваги підприємства. У зв'язку з цим інформація має цінність, тобто виступає товаром, який затребуваний суб'єктами, оскільки володіння значущою для нього інформацією веде до структурних змін у суспільстві, до перерозподілу економічних, соціальних і політичних ресурсів.

Визначення інформації як ресурсу і товару, особливості її виробництва, поширення та використання розглядаються в роботах Ф. Махлуца, Дж. Стіглера, К.Дж. Ерроу [7; 9; 11]. Науковці наголошували на унікальності цього блага на відміну від інших благ. Як унікальному благу інформації притаманні такі характеристики: вона просторово незалежна, тобто може знаходитися одночасно в різних частинах; має здатність до редуплікації (тиражування, повторення) [12, с. 104–105], тому її можна продавати неодноразово, але в разі відсутності корисних властивостей для покупця не можна повернути продавцю; є інформаційним продуктом, отже, на відміну від матеріального, схильна тільки до одного виду зносу – морального. При цьому та частина інформації, яка піддалася моральному зносу, переходить в розряд публічних благ, а актуальна інформація якийсь час залишається приватним благом (що підтверджується обмеженим строком дії патентів).

Споживча вартість товару-інформації полягає в її здатності задовольняти потребу покупця в таких відомостях, як, зокрема, якість товару, ціна, кон'юнктура ринку, стан справ конкурентів. Тобто він нуждается у відомостях, необхідних для досягнення мети максимізації доходу або прибутку. Цінність інформації

залежить від характеру рішень, прийнятих суб'єктом, причому цією властивістю товар-інформація володіє протягом певного обмеженого часу, після закінчення якого вона зникає. Стаючи загальнодоступним знанням, інформація переходить до розряду загальносупільного блага. Тому власник інформації як приватного блага є її тимчасовим монополістом. Вартість інформації визначити досить важко, оскільки вона нашттовується на перешкоду у вигляді неосязності інформації та неможливості виділити громадські витрати на її «створення».

Ю. Шрейдер пропонує до таких віднести час, який витрачено на отримання, пошук інформації, що включає оплату праці працівників, вартість використаного ними обладнання та витратних матеріалів. Водночас він робить висновок, що «жоден з цих показників не відображає вартості – самої інформації» [13, с. 47]. Додатково можна відзначити і такий факт, як процес накопичення, осмислення, відбору інформації, її класифікації, що відбувається найчастіше поза робочим місцем і без використання витратних матеріалів, але протікає в мозку людини паралельно з його фізичними заняттями.

Тоді ціноутворення відбувається за принципом монопольного встановлення цін володарем специфічної інформації і базується на граничних витратах її отримання. При цьому для покупця орієнтиром залишається правило рівноваги  $MC = MR$ , а в разі перевищення  $MC > MR$  угода може не відбутися. Але якщо існує ринок інформації, то складається наявність розгалуженої мережі тих, хто цю інформацію пропонує. Створюється інтерактивна система комунікацій, що передбачає можливість зниження інформаційної асиметрії за рахунок формування єдиного інституціонального поля господарських взаємодій та створення індустрії інформації. Причини її появи такі. Якщо слідувати неокласичній методології, то в умовах досконалої конкуренції економічний агент знає лише свої власні виробничі можливості та отримує вичерпну інформацію через механізм ринкових цін.

Однак у світі недосконалої конкуренції відомості, здатні підвищити ефективність його майбутніх рішень, забезпечити отримання додаткового прибутку, стають для нього економічно цінними. Він готовий платити за неї ту ціну, яка відповідає його уявленням про цінності інформації; з'являються суб'єкти, які спеціалізуються на отриманні, накопиченні та наданні цього блага, що приводить до виникнення індустрії економічної інформації. К.Дж. Ерроу підкреслює, що «ефективність діяльності фірм вже не визначається на основі чисто виробничої ефективності; вона передбачає також і ефективність в прогнозуванні» [7, с. 21].

Протиріччя між громадським характером виробництва товару «інформація» та можливостями його приватного привласнення у формі патентів, ліцензій виявляється у формі інформаційної асиметрії або навмисного обмеження поширення інформації з метою збагачення окремих осіб. Інформаційна асиметрія стає в цій ситуації джерелом придбання монопольної влади так званими квазівласниками. Власники інформації, які використовують її як фактор (ресурс) виробництва, отримують можливість мати вигоду з ресурсу, суспільна вартість якого, по-перше, не визначена, по-друге, якою суб'єкт, обмежуючи доступ інших

суб'єктів до певної інформації, має можливість розпоряджатися на свій розсуд протягом обмеженого часу, тим самим він виступає як «квазівласник» цього специфічного товару.

Трансакційні витрати виникають у зв'язку із забезпеченням координації між економічними агентами і дозволом розподільних конфліктів. В ринкових умовах під час економічної самостійності підприємств зернового ринку існує необхідність ефективного регулювання трансакційних витрат, оскільки вони є невід'ємною частиною виробничого процесу.

Зерновий ринок є виробничо-економічною системою взаємозалежних агропромислових галузей, диференційованих на функціональні ринкові підсистеми, які беруть участь у виробництві зерна і продуктів його переробки, їх доведення до індивідуального споживання, що взаємопов'язані спільністю цілей та економічних інтересів.

Функціонування зернового ринку ґрунтується на сукупності використання біологічних, економічних (зокрема, інфраструктурних), трудових, матеріальних ресурсів, які разом з різною родючістю ґрунту і різною віддаленістю від ринків збуту створюють складну систему взаємодії. Трансакційні відносини підприємств зернового ринку мають свої особливості, які визначаються особливостями виробництва і специфічністю активів. Проблеми функціонування та розвитку зернового ринку обумовлює необхідність формування механізму регулювання трансакційних витрат, зокрема необхідні вдосконалення інтеграційних процесів, розробка перспективних моделей інтегрованих формувань, розвиток інституційного середовища, що сприяє підвищенню ефективності виробництва зерна та продуктів його переробки, а також конкурентоспроможності зернової галузі. При цьому необхідно враховувати, що сучасні конкурентні переваги практично повністю забезпечуються за рахунок переваг у технологіях виробництва, механізмах управління, організації просування товарів. Тому успішний розвиток суб'єктів зернового ринку бачиться в рамках кластерної політики. Такий механізм дасть змогу підприємствам отримати доступ до інформаційних, фінансових, технологічних, інноваційних, трудових ресурсів, що знизить трансакційні витрати, забезпечить економічне зростання, підвищення конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому зерновому ринку.

За даними управлінського обліку і експертних оцінок за 2014–2016 рр. проведено аналіз зернопереробних підприємств з різними обсягами виробництва і рівнем витрат. Показники великих виробників, що входять в інтегровані формування порівнювалися з показниками самостійно працюючих агроформувань. Проведені дослідження показали, що у підприємств, що входять в інтегровані агроформування, питома вага трансакційних витрат в загальній сумі витрат становить 20–25%. На величину трансакційних витрат впливають розвиненість ринкової інфраструктури, розмір, розташування підприємства (віддаленість від елеваторів, ХПП, залізниці, автомобільних магістралей). Великі підприємства мають доступ до ринкової інформації, досвід взаємодії з контрагентами, контролюють економічні, правові наслідки прийнятих рішень щодо ціни, часу здійснення угод, забезпечуючи тим самим більш низький рівень трансакційних витрат. Залежно

від обсягу виробництва і розміру підприємства змінюється і склад трансакційних витрат. Під час взаємодії з посередниками малі і середні учасники зернового ринку втрачають значні ресурси на купівлю-продаж товарів (послуг), що може викликати небезпеку виникнення ситуації, коли витрати підприємств будуть набагато вище, ніж передбачувані вигоди від зниження витрат ринкових трансакцій. Це є неприпустимим для підприємств зернового ринку.

Для виявлення причин зростання трансакційних витрат на зерновому ринку було проведено проблемно-орієнтований аналіз сформованих взаємовідносин зернопереробних підприємств з контрагентами у сфері виробничого процесу і реалізації продукції; в галузі використання і придбання техніки, запасних частин і матеріалів, сервісних послуг, а також органами влади.

Виявлені проблеми були згруповані в проблемні галузі: організаційно-економічні, правові, адміністративні, політичні та соціально-культурні. Ці проблеми мають системний характер, і їх усунення або згладжування має бути стимулом розвитку зернового ринку та підвищення ефективності функціонування всіх його структур.

Проведений аналіз дав змогу виявити залежність між величиною трансакційних витрат і масштабом виробництва підприємств, тобто чим більше структура, тим менше рівень трансакційних витрат, і

навіпаки. В рамках вертикально інтегрованих структур істотно підвищуються можливості координації господарської діяльності і забезпечується можливість зниження витрат.

**Висновки.** Результати дослідження показали, що на розвиток зернового ринку впливають динаміка і структура трансакційних витрат. Зокрема, виявлено такі моменти:

– різкого зростання трансакційних витрат не спостерігається (в середньому у досліджуваних підприємств трансакційні витрати становили від 21% до 34%);

– в структурі трансакційних витрат домінують такі витрати, як втрати в ціні, причому головним чином в результаті не вигідного збутового ланцюга і втрат за якістю (вони складають від 7% до 22% залежно від розміру підприємств);

– витрати на пошук контрагентів (як форма вираження витрат на пошук інформації) і укладання контрактів незначні.

Оптимізація трансакційних витрат суб'єктів зернового ринку може бути досягнута шляхом здійснення його кластеризації разом з механізмами державного регулювання за рахунок ефективної взаємодії учасників та інноваційного характеру використовуваних технологій і методів регулювання. Причому прийняття рішень має йти «зверху вниз».

#### Список використаних джерел:

1. Универсальный бизнес-словарь / [Л. Лозовский, Б. Райзберг, А. Ратновский]. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 640 с.
2. Влияние сектора информационных технологий на национальную экономику и перспективы создания «электронного правительства» // Информационный бюллетень «Государство в 21 веке». – 2012. – Вып. 15. – С. 1–50.
3. Яновский А. Информационное обеспечение управленческой деятельности / А. Яновский // Персонал. – 2016. – № 2. – С. 12.
4. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. / В. Даль. – Т. 2. – СПб. : Диамант, 1994. – 784 с.
5. Современный экономический словарь / [Б. Райзберг, Л. Лозовский, Е. Стародубцева]. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 496 с.
6. Энциклопедический словарь экономики и права [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dic.academic.ru>.
7. Эрроу К. Дж. Неопределенность и экономика благосостояния здравоохранения / К. Дж. Эрроу // Вехи экономической мысли : в 5 т. – Т. 4. – М. : ТЕИС, 2013. – С. 293–338.
8. Сергиевский В. Онтологический релятивизм информации и знания / В. Сергиевский // Наука и ее методы накануне XXI столетия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://infoculture.rsl.ru>.
9. Стиглер Дж. Экономическая теория информации / Дж. Стиглер // Экономические и математические методы. – 2004. – № 1. – Т. 30. – Вып. 1. – С. 36–48.
10. Олейник О. Информатизация процессов управления развитием региона: общество, статистика, власть : [монография] / О. Олейник. – Изд-во ВолГУ, 2008. – 423 с.
11. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1966. – 462 с.
12. Малицький О. Організаційно-економічний механізм управління підприємством: сутність та структура : [монографія] / О. Малицький. – К., 2006. – 351 с.
13. Шрейдер Ю. Інформація і знання / Ю. Шрейдер // Системна концепція інформаційних процесів : сб. тр. – Вып. 3. – М. : ВНИИСИ, 2008. – С. 47–53.