

development through their mass production. The report investigated the export capability of the domestic medical equipment on the international market. The survey is also identifying the most competitive Ukrainian production in the medical instrumentation field and key markets of its sales: Russia, Kazakhstan, Slovakia, Germany, Hong Kong, Belarus, Moldova, Georgia, Turkey, India. The report includes the analysis of trends in exports of the Ukrainian medical equipment industry for the past 5 years for the industry in general and each of the key markets. The domestic exports structure and dynamics of medical equipment by the market and type of equipment during the period 2007-2011 is also included.

Key words: markets, medical devices, export, import, Ukrainian equipment, competitiveness.

Гречко А.В.

доцент ФММ НТУУ «КПІ»

Кирикович К.В.

студентка ФММ НТУУ «КПІ»

ДОСЛІДЖЕННЯ АСИМЕТРИЧНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ НА ТОВАРНИХ РИНКАХ УКРАЇНИ

В статті досліджені проблеми нерівномірного розподілу інформації на товарних ринках України, а також можливі шляхи подолання даної проблеми та охарактеризовані наслідки, викликані асиметричністю інформації. Авторами проведено аналіз вітчизняних і зарубіжних досліджень в галузі асиметричності інформації та на його основі виявлено залежність між даним явищем та рентабельністю ринку. Встановлено основні недоліки вітчизняної економічної системи і зокрема товарних ринків, які пов'язані з проблемою асиметричності ринкової інформації.

Ключові слова: асиметричність інформації, нерозвинена інфраструктура, недосконалість конкурентної ринкової системи, товарний ринок.

Вступ. За сучасних умов розвитку господарських процесів найбільш важливе значення у ринкових відносинах відіграє інформація, адже своєчасне отримання об'єктивної інформації дозволяє приймати виважені економічні рішення, вчасно пристосовуватися до зміни умов соціально-економічного та політичного середовища та дає змогу займати лідируючі позиції серед конкурентів. Поряд з цим, для більшості ринків характерним є феномен асиметричності інформації – це один із основних дефектів ринку, що ускладнюють регулювання державою справедливої конкурентної боротьби. Наслідки асиметричності ринкової інформації можуть бути досить негативними, зокрема вона може викликати рентабельну поведінку суб'єктів ринкових відносин, зумовлювати викривлення конкуренції,

невиправдано підвищувати витрати покупця та ціни. Саме тому обрана тема дослідження є досить актуальною на сучасному етапі розвитку ринкової економіки. Даній темі присвячені роботи таких зарубіжних та вітчизняних вчених: К. Ерроу, Т. Хангерфорд, Г. Солон, Дж. Макміллан, М. Довбенко, Н. Коноваленко, О. Мисливець, А. Тихонов, Л. Черчик, Ю. Ясинський та ін. Однак, з огляду на сучасні тенденції розвитку економіки України, вона залишається достатньо актуальною і потребує подальших розробок.

Постановка задачі. Мета статті – визначення шляхів підвищення конкурентоспроможності українських товарних ринків та мінімізація суспільних втрат внаслідок асиметричності інформації на основі дослідження товарних ринків України та особливостей впливу на них нерівномірного розподілу інформації.

Результати дослідження. У сучасному інформаційному суспільстві повнота інформації забезпечує ефективний розподіл ресурсів та максимізує випуск товарів та послуг.

Теорія економіки добробуту говорить про те, що кожен індивід працює задля збільшення власного прибутку, а розподіл ресурсів здійснюється Парето-оптимальним способом, який можливий лише при виконанні наступних умов:

- Забезпечення досконалої конкуренції на усіх ринках країни;
- Повнота системи ринків;
- Доступність інформації для всіх економічних агентів [1].

Однак, в сучасних економічних умовах України навіть державне регулювання не спроможне забезпечити уникнення дефектів ринку, серед яких поряд із циклічним розвитком економіки, монополізацією влади особливого значення набуває асиметричність інформації. Слід звернути увагу, що саме на ринках із нерозвинутою інфраструктурою недосконалість розповсюдження інформації проявляється найбільше.

Класичні економісти довели, що головна перевага конкурентної ринкової системи полягає у здатності конкурентних ринків забезпечити ефективне використання ресурсів економіки, максимізувати економічний добробут всіх учасників ринку – і покупців (споживачів), і продавців (виробників). Проте, ринки України характеризуються саме недосконалістю конкурентної ринкової системи, що призводить до зменшення показників матеріального забезпечення населення. Асиметрія інформації як дефект ринку став предметом пильної уваги економістів починаючи із 1960-х рр. Загалом асиметричність інформації проявляється практично в усіх сферах суспільної діяльності – у процесі економічної, соціальної, політичної взаємодії людей. Вона присутня на всіх ринках – товарному, кредитному, фондовому, ринку праці, а також у податковому регулюванні.

Дослідженню сутності асиметричності інформації, впливу її на поведінку ринкових суб'єктів, ефективності ринкового механізму присвячені праці зарубіжних та вітчизняних економістів, серед яких слід відзначити таких, як К. Ерроу, Т. Хангерфорд, Г. Солон, Дж. Макміллан, М. Довбенко, Н. Коноваленко,

О. Мисливець, А. Тихонов, Л. Черчик, Ю. Ясинський та ін. У 2001 р. Нобелівською премією з економіки було нагороджено одразу 3-х американських економістів – Дж. Акерлофа, М Спенса та Дж. Стігліца – за їх праці, в яких аналізувалися ринки із асиметричною інформацією.

Проблема нерівномірного розподілу інформації актуальна для економіки України, де його вплив посилюється генетичними недосконалостями ринку, вадами інституційного середовища трансформаційної економіки: наявністю інституційного вакууму, неформальної інституціоналізації, існуванням інституційних пасток (тіньова економіка, корупція).

Вперше поняття асиметричність інформації було застосовано К. Ерроу в статті 1963 р. «Невизначеність і економіка добробуту в охороні здоров'я». Воно трактувалося як нерівномірний розподіл інформації про товар між суб'єктами ринку. Пізніше, у 1970 р., в статті «Ринок «лимонів»: невизначеність і ринковий механізм», Дж. Акерлоф побудував математичну модель ринку з асиметричною інформацією. Встановлення рівноваги на ринку з асиметричною інформацією може бути проілюстроване за допомогою моделі (рис. 1), побудованої за наступних припущень:

– на ринку певного товару представлено дві групи продукції різної якості: кращі та гірші товари (у співвідношенні 50:50), криві попиту на них відповідно позначені D_1 та D_0 , криві пропонування – S_1 та S_0 . Крива сукупного пропонування – S . Крива попиту на товар невідомої якості за умов асиметричності інформації позначена D_E ;

– покупці нейтральні по відношенню до ризику; вони не знають, який товар купують, але мають уявлення про процентне співвідношення товарів на ринку;

– D_E визначається як вертикальне усереднення кривих попиту двох груп товарів.

На графіку 1. а) представлено випадок встановлення «усередненої» рівноваги, у точці рівноваги виконується відношення: $P_E = (P_0Q_0 + P_1Q_1) / Q_E$. За цих обставин частина продавців товару кращої якості в інтервалі цін від P_E до P_1 відмовиться від продажу. Графік 1.б) ілюструє частковий (можливий) випадок рівноваги за умов асиметричного розподілу інформації, тобто кращі товари цілком витісняються з ринку. Графік 1.в) представляє частковий випадок, коли за асиметричного розподілу інформації обсяг число угод купівлі-продажу дорівнює нулю («ефект лимонів») [2]. Отже, нерівномірний розподіл інформації може призводити як до витіснення кращих товарів з ринку, так і до закриття ринку.

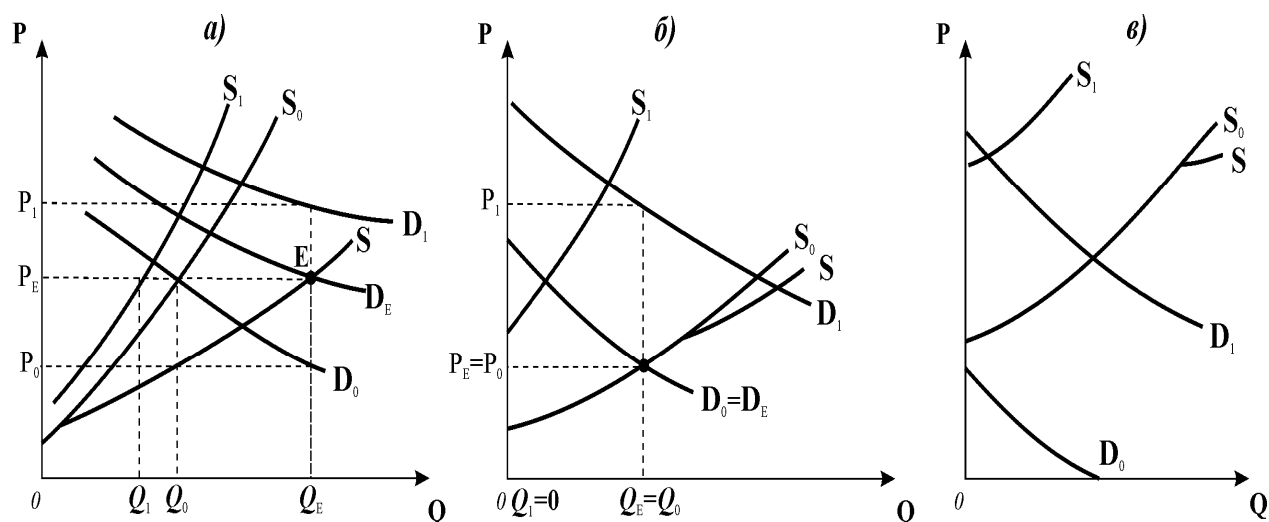


Рис. 1. Випадки встановлення рівноваги на ринку в залежності від прояву асиметричності інформації

В залежності від наслідків впливу асиметричності інформації на ринковий механізм виділяють три типи ринків:

- 1) інформаційно-нейтральний (класична версія моделі ринку);
- 2) інформаційно-спроможний;
- 3) інформаційно-неспроможний.

Основними ознаками інформаційної спроможності ринку вважають:

- низький рівень рентоорієнтованості суб'єктів ринку;
- відносно добру поінформованість суб'єктів відносно вартості всіх альтернативних можливостей;
- наявність інституційно-захисної системи достовірних сигналів [3].

Рівень рентоорієнтованості можна вважати головним критерієм інформаційної спроможності чи неспроможності ринку. Одержанню ренти від асиметричності інформації, а відтак посиленню її негативного впливу на стан економічних суб'єктів, сприяє тінізація економіки через зниження прозорості операцій. Ця проблема є актуальною для вітчизняної економіки, оскільки в Україні офіційний показник тіньової економіки складає близько 31% від рівня ВВП, а за експертними оцінками НАН України – 60% [4]. Про високий рівень рентоорієнтованості вітчизняних суб'єктів також свідчать: індекс сприйняття корупції «Transparency international», за яким Україна посідає 144 місце зі 174 країн світу [5], показник рівня боротьби з корупцією Міжнародного економічного форуму, за яким Україна посідає 127 місце зі 180 країн світу [6], рівень економічної злочинності (за даними видання «Pricewaterhouse Coopers»), за яким країна посіла шосте місце серед країн світу [7].

Ринок товарів – це вид ринку, при якому здійснюються економічні відносини з приводу купівлі-продажу насамперед предметів споживання й засобів виробництва. Згідно зі статистичною інформацією в Україні станом на 2011р. налічувалось 2758 ринків з продажу споживчих товарів, 64,8 тис. об'єктів роздрібною торгівлі, обсяг роздрібного товарообороту становив

210464,1 млн. грн. [8]. У структурі товарного ринку можна умовно виділити такі сегменти:

- ринок стандартизованої продукції (наприклад, будівельні матеріали, електричні лампочки, різна стандартизована апаратура). Він характеризується відносно однаковою поінформованістю покупця і продавця (не виробника) про характеристики товару;
- ринок технічно-складної продукції (дрібної та великої побутової техніки, мобільних телефонів і т.п.);
- ринок технічно-простої продукції (товарів легкої, харчової промисловості і т.п.).

На ринку технічно-складної продукції споживач не може об'єктивно оцінити якість товару та визначити, чи відповідає вона встановленій ціні. Наприклад, якщо пересічний покупець зайдє в магазин, то він не зможе сказати чи електронна книжка з певними параметрами дійсно відповідає ціні у 2 тис. грн. В результаті недобросовісний продавець може встановити завищену ціну, яка не буде відповідати якості товару, а поінформований покупець понесе втрати у розмірі збільшення вигаду продавця, також з'являться суспільні втрати в результаті зменшення обсягів продажу за підвищення ціни. Проте, як видається, у XXI ст. ефект асиметрії на даному ринку значно зменшується через ряд особливостей:

- даний ринок дуже динамічний, попит на продукцію зростає, норма прибутковості висока, що призводить до входу у галузь нових фірм, зростання ємності ринку, високого рівня конкурентності та метаконкурентності;
- кількість легально ввезеної продукції зростає, тобто зменшується частка контрафактної продукції; місця торгівлі перемістились із палаток на базарі в сертифіковані спеціалізовані магазини, які в свою чергу створюють мережу;
- кожна фірма намагається розвивати власну інформаційну мережу, розповсюджувати інформацію про характеристики не тільки конкретно власного товару, але й характеристики товару як такого;
- у зв'язку з високою прибутковістю та підвищеним попитом фірми витрачають великі кошти на сертифікати, гарантії, виробництво продукції відповідно до стандартів, що може слугувати потужним сигналом для ринкових суб'єктів;
- оскільки попит на продукцію значний, у ЗМІ та мережі Інтернет створюються спеціалізовані сайти, які розміщують об'єктивну інформацію про товари та послуги, форуми, на яких потенційні покупці товару можуть поспілкуватись із суб'єктами, які придбали даний товар, можуть залишити свої відгуки; зростання числа користувачів Інтернету підвищує рівень поінформованості покупців [9]. Це дозволяє покупцю ноутбука, пральної машини зайти в мережу, ввести дані про товар, який він хоче придбати, і дізнатися про ціни на аналогічні товари інших фірм, що дає змогу споживачу економити свій час та гроші.

Ринкам технічно-простої продукції в Україні властиві наступні характеристики: продукція диференційована, тобто фактично ринок

сегментований і на кожному сегменті продавець функціонує в умовах, подібних до монополії або олігополії; кожній градації якості товару відповідає своя крива попиту; вхід в галузь з боку наявних на ринку суб'єктів блокується за допомогою легальних і нелегальних засобів; відсутність ефективного контролю з боку держави; низький рівень цінової конкуренції (попит за ціною нееластичний), відсутня метаконкурентність; заповнення внутрішнього ринку дешевою та неякісною продукцією унеможливорює виробництво якісної, а, отже, і дорожчої продукції вітчизняними виробниками.

Зазвичай вважають, що при здійсненні операцій купівлі-продажу технічно-простої продукції покупець на основі власного емпіричного досвіду може відрізнити якісний товар від неякісного. Наприклад, синтетичну кофтину від натуральної. Проте при значному розвитку новітніх технологій, різних типів волокон, тканин навіть спеціалісти не зможуть відрізнити, де натуральна, а де синтетична кофтина. А якщо взяти до уваги той факт, що більшість аналогічної продукції імпортується в Україну з Туреччини чи Китаю, і на кожній другій написано, що вона вироблена з 100% бавовни, а на дотик вони всі різні, то виникає питання: як визначити, чи відповідає ціна якості продукції?

Українці зазвичай купують дані товари в роздріб. Операції купівлі-продажу можуть здійснюватись на базарах, в гіпермаркетах, в торгових центрах, бутиках, універмагах. Статистика показує, що споживачі йдуть із базарів у брендові магазини (стверджують ритейлери) [10].

Представляється, що саме при здійсненні операцій купівлі-продажу в цих об'єктах торгівлі присутній значний ефект асиметричності інформації. Це зумовлюється наступними чинниками: 1. У більшості випадків ціна встановлюється методом, наближеним до методу «аукціоніста»; 2. При асиметричному розподілі інформації кожному рівню якості товару не відповідає окрема функція попиту, оскільки якість не можна визначити; 3. перший і другий чинники дозволяють продавцю свідомо завищувати ціни на продукцію; 4. Головним індикатором якості виступає ціна (наприклад, операція купівлі ковбаси); підвищення ціни за незмінної якості може збільшити обсяг попиту; 5. Відсутність чітких стандартів, санітарно-гігієнічних норм і т. д.

Для подолання величезного негативного ефекту асиметричності інформації в економіці України, потрібно застосовувати такі способи:

1. На рівні держави – стандартизація та сертифікація, створення кредитних бюро. 2. На рівні підприємства – репутація і гарантії. А також подання „сигналів» на ринку за прикладом американських підприємств, які, не дивлячись на подвійне оподаткування дивідендів, здійснюють їх виплату. Втрати компенсуються за рахунок курсової різниці акцій на ринку, які зросли за рахунок віри покупців у стабільність та прибутковість фірми. 3. Створення мережі недержавних рейтингових агентств. Для досягнення інформаційної спроможності ринку технічно-простих товарів потрібно розробити стратегію

створення такого інституційного середовища, яке забезпечило б мінімізацію ефекту нерівномірного розподілу інформації. Передусім вона повинна включати наступні заходи:

- приведення санітарно-гігієнічних норм, правил, стандартів у відповідність до міжнародних стандартів СОТ;
- створення інформаційної бази даних, яка дозволила б систематизувати об'єктивну інформацію про виробників, торгові мережі, постачальників, форумів для учасників ринку;
- контроль за товарооборотом малого бізнесу через обов'язкове запровадження касових апаратів.

Висновки. Асиметричність інформації в Україні найбільш виразно проявляється на товарних ринках через їх недосконалу інфраструктуру. Особливої уваги потребують ринки технічно-простої продукції, де ефект нерівномірного розподілу інформації досить відчутно та негативно впливає на добробут основної частини населення та величину податкових надходжень до бюджету. Забезпечення підвищення інформаційної спроможності вітчизняних товарних ринків потребує активного державного втручання. Для досягнення інформаційної спроможності ринку технічно-простих товарів потрібно розробити стратегію створення такого інституційного середовища, яке забезпечило б мінімізацію ефекту нерівномірного розподілу інформації.

Список використаних джерел

1. Ясинский Ю. М., Тихонов А. О. Новая информационно-поведенческая парадигма: конец равновесной теории или её второе дыхание? / Ю.М. Ясинський, А.О. тихонов // Вопросы экономики. – 2007. – с. 35-58.
2. Гальперин В.В., Гальперин В.М. 50 лекций по микроэкономике / В.В. Гальперин, В.М. Гальперин: В 2-х т. СПб. : Экономическая школа. – 2004. – Т. 1. 624 с.; Т. 2. – 776 с.
3. Статистична інформація / Міністерство економічного розвитку й торгівлі України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/control/>
4. Индекс сприйняття корупції / Transparency International. – – [Електронний ресурс]. – Режим доступу :: http://uk.wikipedia.org/wiki/Индекс_сприйнятия_корупции.
5. The Global Competitiveness Report 2010-2011 / World Economic Forum – 2010 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.weforum.org/reports>.
6. Рівень економічної злочинності / PricewaterhouseCoopers – 2009 – – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrrudprom.ua/digest/Ukraine__na_shestom_meste_po_urovnyu_ekonomicheskoy_prestupnosti.html.
7. Статистична інформація / Державний комітет статистики – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
8. Кількість користувачів Інтернету в Україні / Bigmir)net – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tsn.ua/nauka_it/v-ukrayini-internetom-koristuyutsya-54-naselennya.html.
9. Частка покупок. Здійснених на базарі / УКРРУДПРОМ – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrrudprom.ua/digest/Pokupateli_uhodyat_s_bazarov.html.

Гречко А.В.

доцент ФММ НТУУ «КПІ»

Кирикович К.В.

студентка ФММ НТУУ «КПІ»

ИССЛЕДОВАНИЕ АСИММЕТРИЧНОСТИ ИНФОРМАЦИИ НА ТОВАРНЫХ РЫНКАХ УКРАИНЫ

В статье исследованы проблемы неравномерного распределения информации на товарных рынках Украины, а также возможные пути преодоления данной проблемы и охарактеризованы последствия, вызванные асимметричностью информации. Авторами проведен анализ отечественных и зарубежных исследований в области асимметричности информации и на его основе выявлена зависимость между данным явлением и рентабельностью рынка. Установлены основные недостатки отечественной экономической системы и в частности товарных рынков, связанных с проблемой асимметричности рыночной информации.

Ключевые слова: асимметричность информации, неразвитая инфраструктура, несовершенство конкурентной рыночной системы, товарный рынок.

Grechko A.V.

assistant professor of FMM NTUU «KPI»

Kyrykovych K.V.

student of FMM NTUU «KPI»

INVESTIGATION OF ASYMMETRIC INFORMATION ON COMMODITY MARKETS OF UKRAINE

This paper studied the problem of unequal distribution of information on commodity markets of Ukraine, as well as possible ways to overcome this problem and described the effects caused by asymmetry of information. The authors analyzed the domestic and overseas research in the field of asymmetric information and based on it revealed the relationship between this phenomenon and rentability of market. The basic shortcomings of the national economic system, and in particular product markets that are associated with the problem of information asymmetry in the market.

Keywords: asymmetric information, poor infrastructure, inadequate competitive market system, commodity market.

Гречко А.В.
к.е.н., доцент ФММ НТУУ «КПІ»
Прокопенко Я.Г.
студентка ФММ НТУУ «КПІ»

АНАЛІЗ СУЧАСНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Робота присвячена дослідженню торговельної політики України. В статті розглянуто основні етапи формування торговельного режиму, адаптацію торговельної політики України згідно до вимог СОТ. Проаналізовано захист національних виробників. Визначено зміни в законодавчій базі, які набули чинності після вступу України до Світової організації торгівлі. Дана стаття буде цікавою студентам, аспірантам, викладачам, а також усім, хто цікавиться економічною діяльністю України, зокрема, її торговельною політикою.

Ключові слова: торговельна політика України, лібералізація, інтеграція, імпорт, експорт, демпінг.

Вступ. Після здобуття Україною незалежності достатньо вагомого значення у вітчизняній економіці набула зовнішньоекономічна діяльність, вагомою складовою якої є торгівля. Така ситуація зумовила необхідність формування об'єктивної, виваженої, економічно обґрунтованої торговельної політики. Процес її формування відбувався в декілька етапів, кожен з яких мав свої особливості та позитивні і негативні наслідки. Розробка торговельної політики супроводжувалася прийняття ряду законодавчих і нормативних актів, які не завжди виявлялися досконалыми. Таким чином, обрана тема даного дослідження є достатньо актуальною, оскільки аналіз етапів розвитку торговельної політики та дослідження законодавства з даного питання дадуть змогу не допускати минулих помилок і вибудувати дану політику таким чином, що б вона мала позитивний ефект як для кожного окремого суб'єкта господарювання, так і для економіки в цілому.

Основи теорії торговельної політики, зовнішньо- економічної діяльності підприємств та теоретичні аспекти розвитку експортних стратегій висвітлено в роботах Т.Мостенської, І.Бураковського, В.Рокочі, Р.Рути та А.Філіпенко. Окремі аспекти розвитку торговельної політики знайшли відображення в роботах В.Будкіна, А.Гальчинського та А.Яновського. Проте, обрана тема дослідження залишається достатньо актуальною з огляду на сучасні тенденції розвитку економіки України.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз сучасної торговельної політики України, визначення впливу вступу України до Світової організації торгівлі на економічну діяльність країни.

Результати дослідження. Під час формування чинного торговельного режиму України виділяють 4 основні етапи: автономної розробки торговельної політики країни (1991-1994), початкової лібералізації (1994-