

Trommsdorff, V., and Steinhoff, E. *Innovations Marketing*. Munchen: Vahlen Verlag, 2007.

Vasiutkina, N. V. *Upravlinnia stalym rozvytkom pidpriemstv: teoretyko-metodolohichniy aspekt* [Managing sustainable development of enterprises: theoretical and methodological aspect]. Kyiv: Lira-K, 2014.

Velychko, O. O. "Ekonomichna sutnist informatsiynykh innovatsii ta yikh rol v upravlinni pidpriemstvom" [The economic essence of informational innovations and their role in enterprise management]. *Molod, osvita, nauka, kultura i natsionalna samosvidomist v umovakh yevropeiskoi intehtatsii*. Kyiv: Vyd-vo Yevropeiskoho un-tu, 2016. 9-11.

УДК 338.33:65.012.34:334.716

## КОНТРАКТНЫЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УГЛЕДОБЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ \*

© 2016 ТРУШКИНА Н. В.

УДК 338.33:65.012.34:334.716

**Трушкина Н. В. Контрактные взаимоотношения при организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий**

Целью статьи является разработка предложений по формированию системы контрактных взаимоотношений угледобывающего предприятия с различными категориями потребителей угольной продукции, исходя из специфики организации процессов сбытовой деятельности. Проанализированы особенности организации контрактной деятельности с различными категориями потребителей угольной продукции. Сформирована система контрактных взаимоотношений угледобывающего предприятия с учетом специфики обслуживания крупно-, средне- и мелкооптовых потребителей. Разработаны предложения по уточнению и дополнению содержания контракта на поставку угольной продукции. Перспективами дальнейших исследований в данном направлении является разработка модели контрактных взаимоотношений как составляющей сбытовой деятельности угледобывающего предприятия.

**Ключевые слова:** угледобывающее предприятие, контрактные взаимоотношения, различные категории потребителей, сбытовая деятельность, контрактная деятельность, контракт на поставку, алгоритм, процесс обслуживания.

**Рис.:** 2. **Табл.:** 2. **Формул.:** 1. **Библ.:** 15.

**Трушкина Наталья Валерьевна** – научный сотрудник отдела проблем перспективного развития топливно-энергетического комплекса, Институт экономики промышленности НАН Украины (ул. Желябова, 2, Киев, 03680, Украина)

УДК 338.33:65.012.34:334.716

**Трушкіна Н. В. Контрактні взаємовідносини при організації збутової діяльності вугледобувних підприємств**

Метою статті є розробка пропозицій щодо формування системи контрактних взаємовідносин вугледобувного підприємства з різними категоріями споживачів вугільної продукції, виходячи зі специфіки організації процесів збутової діяльності. Проаналізовано особливості організації контрактної діяльності з різними категоріями споживачів вугільної продукції. Сформовано систему контрактних взаємовідносин вугледобувного підприємства з урахуванням специфіки обслуговування велико-, середньо- та дрібнооптових споживачів. Розроблено пропозиції щодо уточнення та доповнення змісту контракту на поставку вугільної продукції. Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є розробка моделі контрактних взаємовідносин як складової збутової діяльності вугледобувного підприємства.

**Ключові слова:** вугледобувне підприємство, контрактні взаємовідносини, різні категорії споживачів, збутова діяльність, контрактна діяльність, контракт на поставку, алгоритм, процес обслуговування.

**Рис.:** 2. **Табл.:** 2. **Формул.:** 1. **Бібл.:** 15.

**Трушкіна Наталія Валеріївна** – науковий співробітник відділу проблем перспективного розвитку паливно-енергетичного комплексу, Інститут економіки промисловості НАН України (вул. Желябова, 2, Київ, 03680, Україна)

UDC 338.33:65.012.34:334.716

**Trushkina N. V. The Contractual Relations in Terms of Organization of the Sales Activities of the Coal-Mining Enterprises**

The article is aimed at elaborating proposals on formation of the system of contractual relations of the coal-mining enterprise with different categories of consumers of coal products, proceeding from the specifics of organization of processes of sales activity. Peculiarities of organizing the contractual activities with various categories of consumers of coal products have been analyzed. The system of contractual relations of the coal-mining enterprise has been formed in view of specificity of servicing the large-, medium- and small wholesale consumers. Proposals as to clarifying and supplementing the contents of a contract for the supply of coal products have been elaborated. Prospects for further research in this direction will be developing a model of contractual relations as constituent of the sales activities of the coal-mining enterprise.

**Keywords:** coal-mining enterprise, contractual relations, different categories of consumers, sales activities, contract activity, contract for supply, algorithm, process of servicing.

**Fig.:** 2. **Tbl.:** 2. **Formulae:** 1. **Bibl.:** 15.

**Trushkina Nataliia V.** – Research Associate of the Department of Problems of Perspective Development of Fuel and Energy Complex, Institute of Industrial Economics of NAS of Ukraine (2 Zheliabova Str., Kyiv, 03680, Ukraine)

Современные условия хозяйствования требуют от промышленных предприятий формирования и развития системы долгосрочных партнерских взаимоотношений с потребителями. По мнению ученых, «изменение современного маркетинга осуществляется в направлении индивидуального подхода к клиенту» [1, с. 9].

«Партнерские отношения предусматривают заключение долгосрочных обязательств, гарантирующих сохранение взаимных выгод в будущем, а также наличие

общей информации, риска и вознаграждения, которые получают в результате этих взаимоотношений» [2, с. 62].

Зарубежные исследователи утверждают, что «в глобальном информационном обществе деятельность эконо-

\* Исследование выполнено в рамках научно-исследовательской работы ИЭП НАН Украины «Развитие публично-частного партнерства в процессе модернизации угольной промышленности и тепловой энергетики» (номер госрегистрации 0115U001638).

номических субъектов рынка рассматривается сквозь призму взаимовыгодных контрактных отношений в рамках так называемой контрактной (договорной) парадигмы» [3, с. 6].

Это обусловлено необходимостью улучшения качества сервиса и повышения уровня обслуживания потребителей на основе партнерского маркетинга и клиентоориентированности, сокращения затрат на организацию сбытовой деятельности, повышения гибкости и адаптируемости к постоянным изменениям спроса потребителей.

Таким образом, формирование системы контрактных взаимоотношений с потребителями продукции является важным условием для эффективного функционирования промышленного предприятия. Широкий спектр различных видов контрактов в бизнес-процессах, рост или уменьшение их количества, изменение условий для заключения контрактов приводят к необходимости использования различного инструментария по анализу контрактной деятельности. Данный анализ позволяет принять обоснованные решения по дальнейшему развитию предприятия и сократить трансакционные издержки.

В результате исследования выявлено, что ученые, как правило, под управлением сбытовой деятельностью промышленных предприятий понимают организацию договорной работы с потребителями на поставку готовой продукции, формирование каналов распределения и портфеля договорных обязательств.

Как показывает анализ научных источников, к основным направлениям повышения эффективности управления сбытовой деятельностью промышленных предприятий отнесены совершенствование системы обслуживания потребителей и контрактных взаимоотношений.

На основе анализа научных публикаций изучены и обобщены основные положения ученых и специалистов по выбранной теме:

- ✦ уточнено содержание термина «управление контрактной деятельностью», под которым понимается «процесс обеспечения того, чтобы все стороны юридически обязывающего соглашения (контракта) выполняли свои соответствующие обязательства как можно более эффективно и результативно, обеспечивая получение необходимых коммерческих и операционных результатов и оптимальное соотношение цены и качества» [4, с. 19];
- ✦ рассмотрены договорные вертикальные маркетинговые системы, в которых «экономия средств или увеличение объемов продаж достигается с помощью соглашений между участниками канала распределения» [5, с. 36];
- ✦ разработаны предложения по формированию контрактных систем, которые «предусматривают закрепление хозяйственных связей документально оформленными соглашениями, договорами»; в этих системах определяются

регламентированные взаимные обязательства [6, с. 234];

- ✦ предложено формирование вертикального договорного канала как «совокупности независимых компаний, осуществляющих деятельность по производству и товародвижению, объединенных путем заключения соответствующих соглашений с целью достижения лучших результатов хозяйствования (увеличение объемов продаж или экономии ресурсов), которых невозможно достичь, действуя отдельно» [7, с. 60];
- ✦ с целью устранения проблем в результате работы по контракту (потеря прибыли, невыполнение условий контракта, несвоевременная оплата) разработана эффективная модель для определения необходимости и рациональности заключения контракта с тем или иным агентом; данная модель включает различные подходы, среди которых: применение теории игр; эконометрическая модель для оценки методологии заключения гибридных контрактов; диагностика контрактной деятельности на основе построения диаграмм бизнес-процессов; метод ранжирования Харрингтона; логист-модели; рамочная проблемноориентированная методика решения организационно-экономических заданий [8, с. 108–109].

Таким образом, из анализа и обобщения литературных источников можно сделать вывод, что весомый вклад ученых и практиков в выбранную многоплановую научную проблему уже сделан. Вместе с тем, целесообразно осуществление дальнейших научных исследований в направлении формирования системы контрактных взаимоотношений с потребителями угольной продукции с учетом специфики организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий в условиях нестабильности спроса. Все это в значительной степени обусловило выбор темы исследования и его целевую направленность.

Целью данной статьи является разработка предложений по формированию системы контрактных взаимоотношений угледобывающего предприятия с различными категориями потребителей угольной продукции, исходя из специфики организации процессов сбытовой деятельности.

Контрактные взаимоотношения являются ключевой особенностью контрактного управления как модели партнерства промышленного предприятия и потребителей.

По мнению представителей научной школы Национального университета «Львовская политехника», контракты охватывают весь спектр деятельности: от соглашений о дилерской ответственности или франчайзинговых контрактов до соглашений об оплате и поставке продукции. Под франчайзингом понимается контрактное партнерство между компанией, которая предоставляет франшизу (производителем, оптовиком или сервисной организацией), и независимым участником канала, кото-

рый приобретает франшизу и покупает право продавать продукцию (услуги) этой марки [5, с. 37].

Согласно Хозяйственному и Гражданскому кодексам Украины в процессе покупки-продажи формируются различные договорные обязательства, которые предусмотрены при заключении соответствующих контрактов (табл. 1).

на взятые на себя обязательства, а также механизм принуждения к соблюдению контракта» [12, с. 200].

Контракт, как отмечает А. Аузан, является типовой разновидностью институциональных соглашений. Его можно определить как «правило, структурирующее во времени и/или пространстве взаимодействия между двумя (или большим числом) экономическими агента-

Таблица 1

**Виды контрактов при организации торговой и сбытовой деятельности**

Вид контракта	Содержание и особенности
Договор купли-продажи	Одна сторона (продавец) передает или обязуется передать имущество (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель принимает или обязуется принять имущество (товар) и уплатить за него определенную денежную сумму
Договор розничной купли-продажи	Продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность по продаже товаров, обязуется передать покупателю товар, который обычно предназначается для личного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью, а покупатель обязуется принять товар и оплатить его
Договор поставки	Продавец (поставщик), осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать в установленный срок (сроки) товар в собственность покупателя для использования его в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним или иным подобным использованием, а покупатель обязуется принять товар и уплатить за него определенную денежную сумму.
Договор контрактации сельскохозяйственной продукции	Производитель сельскохозяйственной продукции обязуется произвести определенную договором сельскохозяйственную продукцию и передать ее в собственность заготовителю (контрактанту) или определенному им получателю, а заготовитель обязуется принять эту продукцию и оплатить ее по установленным ценам в соответствии с условиями договора
Договор снабжения энергетическими и другими ресурсами через присоединенную сеть	Одна сторона (поставщик) обязуется предоставлять другой стороне (потребителю, абоненту) энергетические и другие ресурсы, предусмотренные договором, а потребитель (абонент) обязуется оплачивать стоимость принятых ресурсов и придерживаться предусмотренного договором режима их использования, а также обеспечить безопасную эксплуатацию энергетического и другого оборудования
Договор бартера	Каждая из сторон обязуется передать другой стороне в собственность один товар в обмен на другой товар. Каждая из сторон договора является продавцом того товара, который он передает в обмен, и покупателем товара, который он получает взамен
Контракт «бери или плати» («take-or-pay»)	Контракт, согласно которому покупатель дает согласие продавцу заплатить какую-то минимальную сумму, даже в том случае, если он отказывается принять товар

Источник: составлено по [9–11].

Как показывают исследования, основными составляющими организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий является подготовка и заключение контрактов с различными категориями потребителей угольной продукции, исходя из специфики их обслуживания, и соблюдение условий контрактных взаимоотношений.

Эти предложения базируются на положениях институциональной экономической теории, представители которой утверждают о необходимости формирования системы контрактных взаимоотношений. Так, М. Одинцова утверждает, что контракт в экономической теории следует рассматривать «не только как чисто рыночные договора, господствующие на рынке совершенной конкуренции, но и как «отношения», которое стороны стремятся поддерживать» [12, с. 100].

С ее точки зрения, контракт – это «правила, структурирующие обмен между экономическими агентами и определяющие те права, которые они получают в обмен

ми по поводу обмена правами собственности на основе обязательств, добровольно взятых ими на себя в результате достигнутого соглашения» или «добровольно установленные экономическими агентами правила обмена, функционирования рынков, взаимодействия внутри иерархических структур (организаций), а также различные гибридные формы институциональных соглашений, сочетающие в себе признаки рыночных и иерархических взаимодействий» [13, с. 18, 24].

Теории контрактов уделяет большое внимание и О. Уильямсон, который приводит три формы контрактов в зависимости от уровня специфичности транзакций, которые они обслуживают. Каждому типу контракта соответствует особая регулятивная структура – организационный механизм, используемый для оценки поведения участников, разрешения противоречий и установления санкций (табл. 2).

Теория контрактов, разработанная Б. Холмстромом и А. Хартом, существенно углубляет и дополняет

Регуляторные структуры в зависимости от контрактов (по О. Уильямсону)

Контракт	Особенность контракта	Регуляторная структура
Классический	Используется для одноразовых и повторяющихся экономических операций. Содержит четкие условия. После завершения сделки отношения участников прекращаются	Рынок
Неоклассический	Распространен при сделках среднего уровня специфичности. Поскольку часть условий контракта не может быть предусмотрена, решение этих вопросов откладывается	Арбитраж при участии третьих лиц
Контракт взаимоотношений	Необходим для высокоспецифичных транзакций, при которых ключевое значение имеет личность партнера ввиду отсутствия альтернатив. Закрепляет длительные отношения. Неформальные аспекты важнее формальных обязанностей	Фирма или двусторонние доверительные отношения

Источник: составлено по [14].

неоклассическую и институциональную теории, приближая их к реальным потребностям предприятий [15]. Проблема, которую решает теория контрактов, заключается в том, чтобы выявить информацию и предложить агенту оптимальный контракт, который учитывал бы его тип и одновременно стимулировал бы его к большей добросовестности. Контракты способны значительно ослабить конфликт интересов между участниками экономического взаимодействия. Чем лучше сформулированы условия контракта, тем больше стимулов и мотивов для всех сторон получить максимальные преимущества в кооперации.

Таким образом, с учетом специфики организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий, контрактные взаимоотношения являются эффективной формой партнерства.

**П**од системой контрактных взаимоотношений понимается совокупность взаимосвязанных элементов (объектов, субъектов, функций, методов, принципов, инструментов) для организации непрерывного процесса заключения и выполнения условий контрактов на поставку угольной продукции. Этот процесс должен реализовываться через функции управления: прогнозирование, планирование, организацию, учет, контроль, анализ, регулирование.

В основе заключения контракта на поставку угольной продукции определяются обязанности, условия действия, права сторон, гарантии защиты прав, если одна из сторон нарушает обязательства.

При организации контрактной деятельности угледобывающего предприятия с потребителями угольной продукции существует определенная специфика, которую необходимо учитывать. Так, при оформлении контрактов на поставку угольной продукции крупнооптовым потребителям целесообразно включить такой пункт, как 30–50% предоплаты или отсрочка платежей за отгруженный уголь на определенный срок.

При этом при реализации угольной продукции крупнооптовым потребителям следует учитывать тот факт, что оплата за отгруженный уголь потребителями может осуществляться несвоевременно. В этом случае предприятие-потребитель должно заплатить штраф. Согласно Гражданскому кодексу Украины должник,

который просрочил выполнение денежного обязательства, по требованию кредитора обязан уплатить сумму долга с учетом установленного индекса инфляции за все время просрочки, а также 3% годовых от просроченной суммы, если иной размер процентов не установлен договором или законом.

В соответствии со ст. 230 Хозяйственного кодекса Украины участник хозяйственных отношений обязан уплатить штрафные санкции в виде денежной суммы (неустойка, штраф, пеня) в случае нарушения им правил осуществления хозяйственной деятельности, невыполнения или ненадлежащего выполнения хозяйственного обязательства. При этом за нарушение сроков выполнения обязательства взимается пеня в размере 0,1% стоимости товаров (работ, услуг), по которым допущена просрочка выполнения за каждый день просрочки, а за просрочку свыше 30 дней дополнительно взимается штраф в размере 7% указанной стоимости.

Таким образом, сумма платежа, которую должен оплатить крупнооптовый потребитель за отгруженную угольную продукцию, увеличивается на сумму штрафа за несвоевременное выполнение своих денежных обязательств ( $M$ ), и может рассчитываться по формуле:

$$M = S \cdot (1 + \chi + t \cdot \delta),$$

где  $S$  – сумма задолженности, которую потребитель обязан оплатить за отгруженный уголь;  $\chi$  – индекс инфляции за все время просрочки;  $t$  – количество дней, за которые просрочена оплата;  $\delta$  – пеня, начисляемая в процентах от суммы задолженности за каждый день просрочки.

В связи с тем, что крупнооптовым потребителям необходимы значительные объемы угля, при отгрузке применяется железнодорожный транспорт. Формирование графиков транспортировки осуществляется с учетом времени в пути и времени разгрузки вагонов.

Отличием контракта на поставку угольной продукции среднеоптовым потребителям должно быть то, что условием оплаты является 100% предоплата, а также выбор вида транспортного средства в зависимости от объемов отгрузки.

Особенностью контракта на поставку угля мелкооптовым потребителям является 100% предоплата за предоставленные услуги «уголь плюс поставка» или «уголь без поставки» (рис. 1).

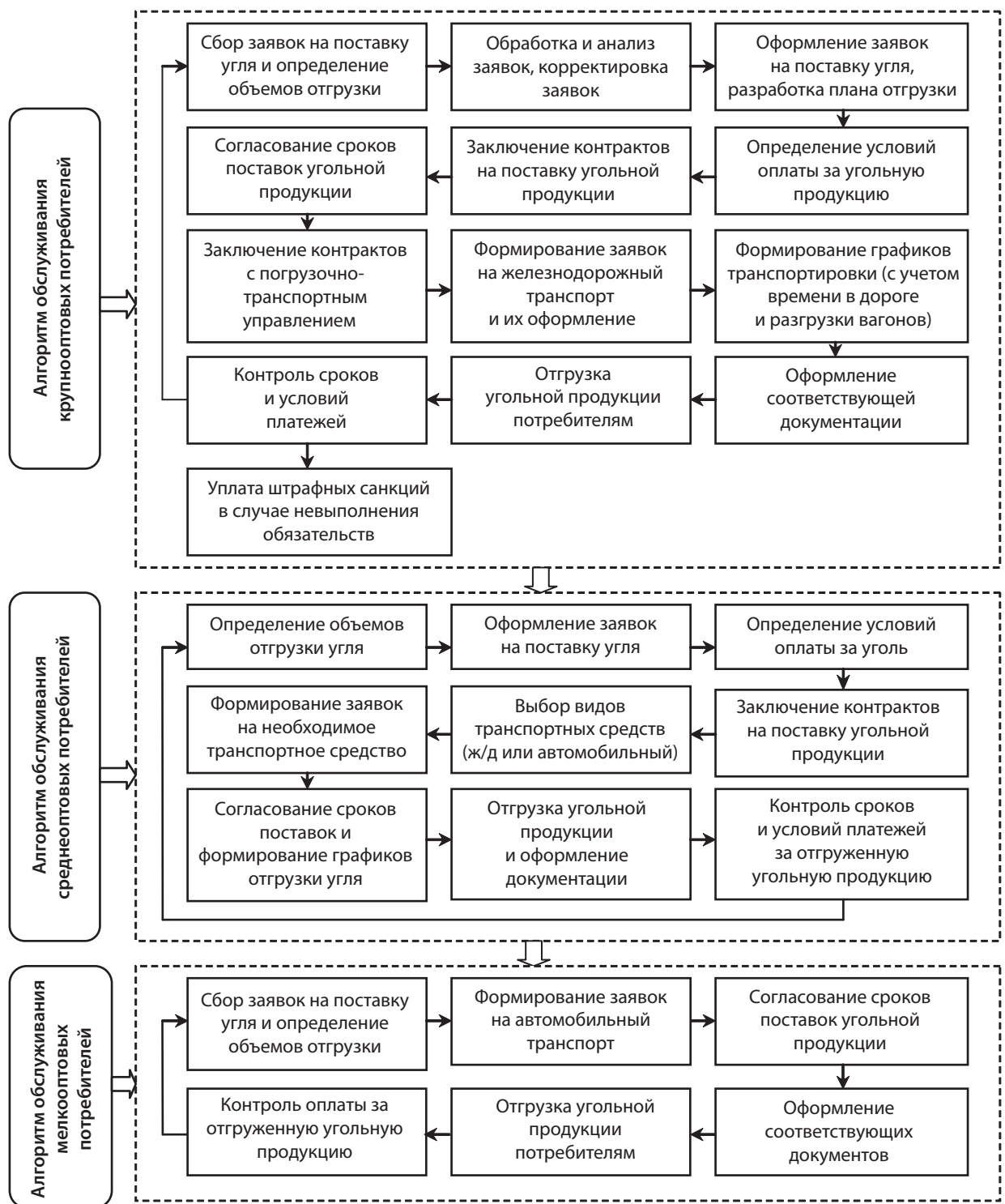


Рис. 1. Система контрактных взаимоотношений угледобывающего предприятия с различными группами потребителей угольной продукции

Источник: авторская разработка.

Таким образом, к этапам подготовки контрактов на поставку угольной продукции целесообразно включить такие пункты (рис. 2).

### ВЫВОДЫ

Таким образом, содержание контрактов на поставку угольной продукции требует уточнения и дополнения. Практика показывает, что, как правило, в ситуации, когда потребители несвоевременно отказываются

от заказанной угольной продукции, предприятие платит за услуги погрузочно-транспортного управления: использование, предоставление и уборку вагонов.

В связи с этим в контракты на поставку следует включить такой пункт: в случаях, когда потребители несвоевременно отказываются от заказанной угольной продукции, они возмещают предприятию расходы, связанные с оплатой услуг погрузочно-транспортного управления за использование, предоставление и уборку вагонов.



**Рис. 2. Предложения по совершенствованию контрактной работы угледобывающего предприятия с крупно- и среднеоптовыми потребителями угольной продукции**

Источник: авторская разработка.

Реализация мероприятий по совершенствованию контрактной работы с различными группами потребителей угольной продукции позволит установить долгосрочные экономически выгодные взаимоотношения угледобывающего предприятия с потребителями, снизить уровень рисков и убытков в результате своевременного реагирования на возникновение возможных форс-мажорных обстоятельств во время транспортировки и сбыта угольной продукции, сократить уровень затрат на организацию сбытовой деятельности путем снижения простоев транспортных средств. ■

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Крикавський Є., Люльчак З., Циран Я., Петецький І. Партнерські відносини на ринку B2B та B2C: монографія. Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2015. 232 с.
2. Чухрай Н. Логістичне обслуговування. Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2006. 292 с.
3. Государственная контрактная система: состояние, проблемы, перспективы/И. И. Смотрицкая, С. И. Черных, С. С. Шувалов и др. М.: Ин-т экономики РАН, 2013. 50 с.
4. Управление контрактной деятельностью и регулирование исполнения контрактов в системе Организации Объединенных Наций/сост. Джордж А. Барцотас. Женева: ООН, 2014. 100 с.
5. Крикавський Є. В., Косар Н. С., Чубала А. Маркетингова політика розподілу. 2-ге вид., зі змін. Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2012. 260 с.
6. Пономаренко В. С., Таньков К. М., Лепейко Т. І. Логістичний менеджмент: підручник. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2010. 440 с.
7. Кислий В. М., Біловодська О. А., Олєфіренко О. М., Смоляник О. М. Логістика: теорія та практика. Київ: Центр навчальної літератури, 2010. 360 с.
8. Комаров В.Ф., Выжитович А. М. Методы анализа контрактной деятельности предприятия для принятия управленческих решений. *Вестник Новосибирского государственного университета*. Сер. Социально-экономические науки. 2014. Т. 14. Вып. 1. С. 107–116.
9. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV (зі змін., у редакції від 02.11.2016 р.). URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

10. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV (зі змін., у редакції від 08.12.2016 р.). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

11. Контракт бери или плати // Энциклопедия банковского дела и финансов. URL: <http://finance.cofe.ru/K/KONTRAKT-BERI-ILI-PLATI>

12. Одиноца М. И. Институциональная экономика. 3-е изд. М.: Издательский дом Государственного университета «Высшая школа экономики», 2009. 390 с.

13. Аузан А. А. Институциональная экономика. Новая институциональная экономическая теория. 2-е изд. М.: ИНФРА-М, 2011. 448 с.

14. Корнилюк Р. Нобелевская история: экономические силы трения Оливера Уильямсона. URL: <http://forbes.net.ua/opinions/1411151-nobelevskaya-istoriya-ekonomicheskie-sily-treniya-olivera-uilyamsona>

15. Корнилюк Р. Теория контрактов: в чем суть открытый нобелевских лауреатов-2016. URL: <http://forbes.net.ua/nation/1422320-teoriya-kontraktov-v-chem-sut-otkrytij-nobelevskih-laureatov-2016>

#### REFERENCES

Auzan, A. A. *Institutsionalnaya ekonomika. Novaya institutsionalnaya ekonomicheskaya teoriya* [Institutional Economics. Новая институциональная экономическая теория]. Moscow: INFRA-M, 2011.

Chukhrai, N. *Lohistychnе obsluhovuvannia* [Logistic service]. Lviv: Lvivska politekhnikha, 2006.

Krykavskiy, Ye. V., Kosar, N. S., and Chubala, A. *Marketynhova polityka rozpodilu* [Marketing policy distribution]. Lviv: Lvivska politekhnikha, 2012.

Kyslyi, V. M. et al. *Lohistyka: teoriia ta praktyka* [Logistics: theory and practice]. Kyiv: Tsentр navchalnoi literatury, 2010.

Komarov, V.F., and Vyzhitovich, A. M. "Metody analiza kontraktной deyatelnosti predpriyatiya dlya prinyatiya upravlencheskikh resheniy" [Methods of analysis of contractual activity of the enterprise for management decision making]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta*. Seriya: Sotsialno-ekonomicheskkiye nauki vol. 14, no. 1 (2014): 107-116.

"Kontrakt beri ili plati" [Contract take-or-pay]. *Entsiklopediya bankovskogo dela i finansov*. <http://finance.cofe.ru/K/KONTRAKT-BERI-ILI-PLATI>

Krykavskiy, Ye. et al. *Partnerski vidnosyny na rynku B2B ta B2C* [Partnerships in the B2B market and B2C]. Lviv: Lvivska politekhnika, 2015.

Kornilyuk, R. "Nobelevskaya istoriya: ekonomicheskiye sily treniya Olivera Uilyamsona" [Nobel history: economic friction forces of Oliver Williamson]. <http://forbes.net.ua/opinions/1411151-nobel-evskaya-istoriya-ekonomicheskiye-sily-treniya-olivera-uilyamsona>

Kornilyuk, R. "Teoriya kontraktov: v chem sut otkrytiy nobelevskikh laureatov-2016" [Contract theory: the essence of the discoveries of Nobellaureates-2016]. <http://forbes.net.ua/nation/1422320-teoriya-kontraktov-v-chem-sut-otkrytiy-nobel-evskikh-laureatov-2016>

[Legal Act of Ukraine] (2003). <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

[Legal Act of Ukraine] (2003). <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

Odintsova, M. I. *Institutsionalnaya ekonomika* [Institutional Economics]. Moscow: Vysshaya shkola ekonomiki, 2009.

Ponomarenko, V. S., Tankov, K. M., and Lepeiko, T. I. *Lohistychny menedzhment* [Logistics management]. Kharkiv: INZhEK, 2010.

Smotritskaya, I. I. et al. *Gosudarstvennaya kontraktnaya sistema: sostoyaniye, problemy, perspektivy* [State contract system: state, problems, prospects]. Moscow: In-t ekonomiki RAN, 2013.

*Upravleniye kontraktnoy deyatelnosti i regulirovaniye ispolneniya kontraktov v sisteme Organizatsii Obedinennykh Natsiy* [Contract management and regulation contract in the system of the United Nations]. Zheneva: OON, 2014.

УДК 336.011;336.012.23

## ДО ПИТАННЯ ПРО ФОРМУВАННЯ РИНКУ КАПІТАЛІВ В УКРАЇНІ

© 2016 СТЕЦЬКО М. В.

УДК 336.011;336.012.23

### Стецько М. В. До питання про формування ринку капіталів в Україні

Метою статті є визначення засадничих причин незадовільного функціонування ринку капіталів в Україні та обґрунтування необхідних умов його запуску. Визначено, що функціонування ринку капіталів слід досліджувати крізь призму інформаційної ефективності (у розумінні Ю. Фама). Доведено, що з моменту формального започаткування вітчизняного фондового ринку він характеризувався повною інформаційною неефективністю та фактичною відмовою функціонування ринкових механізмів. Причиною, що призвела до його фактичної руйнації, є функціональна неспроможність інституцій інфраструктури ринку та державного регулятора. Визначено пріоритетні завдання, які слід вирішити для формування ефективного ринку капіталів: запуск повноцінної діяльності регулятора (НКЦПФР), що передбачає приведення його компетенцій у відповідність до принципів IOSCO, та відповідне законодавче забезпечення; реформування законодавства про акціонерні товариства та обіг цінних паперів у напрямку адаптації його до вимог Євродиректив; очищення інфраструктури фондового ринку від недобросовісних оферентів послуг; очищення ринку від фіктивних цінних паперів. Необхідною умовою виконання цих завдань є зменшення інформаційної асиметрії на всіх рівнях функціонування ринку та забезпечення інформаційної прозорості усіх учасників ринку.

**Ключові слова:** інформаційна ефективність ринку капіталів, алокація капіталу, очищення ринку цінних паперів, відмова функціонування ринку, інформаційна асиметрія.

Табл.: 1. Бібл.: 18.

**Стецько Микола Васильович** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів суб'єктів господарювання і страхування, Тернопільський національний економічний університет (вул. Львівська, 11, Тернопіль, 46020, Україна)

E-mail: [nsteco6691@gmail.com](mailto:nsteco6691@gmail.com)

УДК 336.011;336.012.23

UDC 336.011;336.012.23

**Стецько Н. В. К вопросу о формировании рынка капиталов в Украине**  
Целью статьи является определение основных причин неудовлетворительного функционирования рынка капиталов в Украине и обоснование необходимых условий его запуска. Определено, что функционирование рынка капиталов следует исследовать сквозь призму информационной эффективности (в понимании Ю. Фама). Доказано, что с момента формального образования отечественного фондового рынка он характеризовался полной информационной неэффективностью и фактическим отказом функционирования рыночных механизмов. Причиной, приведшей к его фактическому разрушению, является функциональная несостоятельность институтов инфраструктуры рынка и государственного регулятора. Определены приоритетные задачи, которые следует решить для формирования эффективного рынка капиталов: запуск полноценной деятельности регулятора (НКЦБФР), что предполагает приведение его компетенций в соответствие с принципами IOSCO, и соответствующее законодательное обеспечение; реформирование законодательства в сфере акционерных обществ и ценных бумаг в направлении адаптации его к требованиям Евродиректив; очистка инфраструктуры фондового рынка от недобросовестных оферентов услуг; очистка рынка от фиктивных ценных бумаг. Необходимым условием выполнения этих задач является уменьшение информационной асимметрии на всех уровнях функционирования рынка и обеспечение информационной прозрачности всех участников рынка.

**Ключевые слова:** информационная эффективность рынка капиталов, алокация капитала, очищение рынка ценных бумаг, отказ функционирования рынка, информационная асимметрия.

Табл.: 1. Библ.: 18.

**Стецько Николай Васильевич** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов субъектов хозяйствования и страхования, Тернопольский национальный экономический университет (ул. Львовская, 11, Тернополь, 46020, Украина)

E-mail: [nsteco6691@gmail.com](mailto:nsteco6691@gmail.com)

**Stetsko M. V. On the Issue of Formation of the Capital Market in Ukraine**  
The article is aimed at determining the major causes of the extremely unsatisfactory functioning of the capital market in Ukraine and substantiating the necessary conditions for its launch. It has been determined that functioning of the capital market should be researched through the prism of the informational efficiency (in the perception of E. Fama). It has been proven that since the time point of the formal establishment of the national stock market it was characterized by the complete information inefficiency and the actual refusal of functioning of the market mechanisms. The cause leading to its actual destruction is the functional inconsistency of institutions of the market infrastructure along with the State regulator. The article defines priorities that should be addressed for formation of the effective capital market: launch of the full-fledged activities by the regulator (National Securities and Stock Market Commission), which implies bringing its competences in line with the IOSCO principles, and the appropriate legislative provision; reforming the legislation in the sphere of joint-stock companies and securities towards adapting it to the requirements of the European directives; clearing the stock market infrastructure from the unscrupulous offerers of services; cleaning the market from the fictitious securities. A sine qua non for implementing these tasks is reducing the information asymmetry at all levels of functioning of the market and ensuring the informational transparency for all market participants.

**Keywords:** information efficiency of the capital market, capital allocation, purifying the securities market, market failure, information asymmetry.

Tbl.: 1. Bibl.: 18.

**Stetsko Mykola V.** – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance Entities and Insurance, Ternopil National Economic University (11 Lvivska Str., Ternopil, 46020, Ukraine)

E-mail: [nsteco6691@gmail.com](mailto:nsteco6691@gmail.com)