

соціальних інновацій. До них відносять обмін ідеями і цінностями, зміну в ролях і відносинах та інтеграцію приватного капіталу з громадською та благодійною підтримкою [4]. В кінцевому рахунку, найбільш складні і важливі проблеми не можуть бути зрозумілі та вирішені без залучення некомерційних, громадських і приватних секторів.

Література:

1. Бойко-Бойчук Л. В. Поняття «соціальна інновація»: типи визначень, приклади застосування / Л. В. Бойко-Бойчук // Наука та інновації. — 2009. — Т. 5. — № 3. — С. 94–99.
2. Набатова О. О. Соціальні інновації: поняття, види, суб'єкти // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. — 2011. — № 6. — С. 58-66.
3. Phillips Jr., Deiglmeier K., Miller D. Rediscovering Social Innovation / Stanford Social Innovation Review. — Fall 2008. — // http://ssir.org/articles/entry/rediscovering_social_innovation.
4. Center for Social Innovation [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/centers-initiatives/csi/defining-social-innovation> – Назва з екрана.

Риженков М.А.

Національний університет «Кієво-Могилянська академія»,
аспірант кафедри економічної теорії

МОДЕЛІ ГЕТЕРОГЕННИХ ФІРМ ДЛЯ ГЛИБШОГО РОЗУМІННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

“Старі” теорії міжнародної торгівлі, такі як модель Рікардо та модель Хекшера-Оліна, розглядали міжнародну торгівлю з тієї точки зору, що обмін товарами відбувається між країнами в цілому за рахунок порівняльних переваг та різної забезпеченості факторами виробництва. «Нова» теорія міжнародної торгівлі, започаткована моделлю Кругмана, дала змогу подивитись на міжнародну торгівлю більш глибоко, пояснюючи її тим, що споживачі полюбляють споживати різноманітні товари, виробництво яких забезпечують підприємства за умов монополістичної конкуренції. Проте, «новій» теорії міжнародної торгівлі бракувало пояснень як відмінності у характеристиках підприємств в межах окремих галузей визначають їх здатність до виходу на зовнішні ринки.

Ця проблему було вирішено з появою «нової» «нової» теорії міжнародної торгівлі, одним з найяскравіших представників якої є модель Марка Меліца. Модель Меліца поєднує у собі модель монополістичної конкуренції Кругмана та модель промислової динаміки Хоппенхайна, що дало змогу показати як продуктивність підприємств впливає на вхід чи вихід фірм на/з міжнародних ринків. Проте, попри свою поширеність у західній науці, а також цілому набору теоретичних та емпіричних висновків, що дають змогу краще зрозуміти як економіка реагує на міжнародну торгівлю та торговельну політику, застосування моделей гетерогенних фірм в Україні лишається на початковому етапі.

Так, відповідно до сучасного підходу у теорії міжнародної торгівлі, саме поведінка фірм є центральною для пояснення потоків товарів та послуг. Підприємства відрізняються за розміром, продуктивністю та рядом інших індивідуальних характеристик. Нове підприємство, почавши оперувати на внутрішньому ринку, зважаючи на свою продуктивність, приймає рішення залишатися або припинити виробництво. Серед тих, що є достатньо продуктивними, щоб генерувати дохід необхідний для покриття витрат, найпродуктивніші здатні також покривати додаткові витрати на здійснення експортної діяльності, а тому виходять на зовнішні ринки. У подальшому експортер може лишитись

оперувати лише на цьому ринку, розширити географію торгівлі, повернутись лише на внутрішній ринок або закритись.

Такий погляд на міжнародну торгівлю дає змогу краще зрозуміти хто виграє чи програє від тих чи інших заходів торговельної політики та за рахунок чого відбувається вплив на торгівлю (за рахунок зміни кількості експортерів чи імпортерів, або за рахунок зміни середнього обсягу торгівлі фірми).

Так, лібералізація торгівлі, що призводить до зменшення витрат пов'язаних з експортуванням, по-різному впливає на підприємства. Результати теоретичних та емпіричних досліджень показують, що лібералізація торгівлі призводить до зростання продуктивності промисловості. Це виникає за рахунок того, що більше продуктивних підприємств здатні вийти на зовнішні ринки, що веде за собою перерозподіл до них ресурсів від найменш продуктивних підприємств, що змушені припинити виробництво. Зокрема, більш кваліфіковані працівники переміщуються до фірм-експортерів, що здатні сплачувати вищу заробітну платню. Таким чином, для того, щоб продовжити функціонувати навіть на внутрішньому ринку, фірмам треба ставати більш продуктивними та інвестувати у нові технології та інновації. Від лібералізації торгівлі в першу чергу виграють уже існуючі експортери, які мають змогу збільшити експортну виручку, тоді як підприємства на внутрішньому ринку втрачають свою частку через більшу кількість зовнішніх конкурентів, що постачають імпорتنу продукцію. Таким чином, саме «нова» «нова» теорія міжнародної торгівлі показує як торговельна політика призводить до «творчого руйнування» на рівні підприємств.

Проте не лише чиста торговельна політика має вплив на міжнародну торгівлю. Наявність промислової динаміки у моделях гетерогенних фірм дає змогу проаналізувати вплив внутрішнього середовища на динаміку експортерів, а також як на їх експортну діяльність впливають взаємозв'язки в економіці. Зокрема, неефективна економічна політика, що створює різні умови для доступу до ресурсів зменшує продуктивність підприємств порівняно з потенційно можливою, а тому негативно впливає на можливості фірм здійснювати експортні операції. Негативний вплив значних дисбалансів в окремих секторах економіки або високий тарифний захист на окрему імпорتنу сировину можуть поширюватись на усю економіку через міжгалузеві зв'язки, а тому впливати не на торгівлю окремими товарами, а на зовнішню торгівлю країни в цілому. З іншого боку, результати досліджень показують, що не лише експортери є найпродуктивнішими, але і фірми, що постачають сировину та комплектуючі експортерам, є більш продуктивними за тих постачальників, що співпрацюють з не-експортерами. Через глобальні ланцюги вартості зовнішні шоки можуть передаватись з інших країн в середину економіки. Наприклад, стихійне лихо у регіоні, де розташований постачальник проміжної продукції може на певний час паралізувати виробництво готової продукції в іншій країні. Нарешті, емпіричні дослідження показують, що різні групи підприємств, залежно від їх активності на міжнародних ринках, по-різному реагують на зовнішні цінові шоки, наприклад, в наслідок різкої девальвації національної валюти.

Використання моделей гетерогенних фірм також дозволяє покращити уже наявний інструментарій аналізу міжнародної торгівлі та торговельної політики. Зокрема, існують модифікації гравітаційних моделей та прикладних моделей загальної рівноваги, що базуються саме на моделі монополістичної конкуренції з гетерогенними фірмами. У випадку з гравітаційними моделями така модифікація дає змогу передбачати чи товарооборот з країною буде додатнім чи нульовим, враховувати рішення фірми щодо входу на ринок тієї чи іншої країни, а також досліджувати екстенсивний (за рахунок зміни кількості фірм) та інтенсивний внески (за рахунок зміни середнього значення обсягу торгівлі фірми) у динаміку торгівлі. Додавання гетерогенних фірм до моделей загальної рівноваги також дає змогу отримати додаткові висновки щодо впливу динаміки продуктивності та входу/виходу фірм на економіку.

Важливо відзначити, що більша близькість сучасних моделей міжнародної торгівлі до реалій бізнесу стала можливою завдяки появі баз даних на рівні фірм. Зокрема, дослідникам наразі доступні не лише макроекономічна статистика та статистика щодо торгівлі окремими товарами, але і дані щодо зовнішніх операцій окремих підприємств. Так, наразі дослідникам доступні міжнародні бази даних, у яких представлена і Україна, щодо окремих показників діяльності та характеристик підприємств, що дають змогу оцінити продуктивність кожного окремого підприємства, визначити його товарну та географічну структуру експорту/імпорту, а також дослідити вплив окремих характеристик на його результативність та торгівлю.

Таким чином, в Україні необхідно більш активно застосовувати інструментарій, що надають моделі монополістичної конкуренції з гетерогенними фірмами для аналізу міжнародної торгівлі України та її торговельної політики, а також активно застосовувати висновки таких досліджень для прийняття рішень у майбутньому.

Солодовнік Ю. С.

Національний університет «Києво-Могилянська академія»,
студентка Факультету економічних наук,
кафедра економічної теорії, магістерська програма, II курс

ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПОВТОРНОГО ВИКОРИСТАННЯ ПЛАСТИКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЯК ЕЛЕМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РІШЕННЯ

Досліджуючи останні тренди в економічній науці, вбачається справедливим відзначити наскільки серйозно екологічні проблеми та шляхи їх вирішення інтегруються в стратегічні програми сталого розвитку високорозвинутих країн. Одним з останніх впроваджень циркулярної економіки стала концепція “The New Plastics Economy”, звіт про яку було представлено на економічному форумі у Давосі в січні 2016 року. У звіті пояснюється нагальна потреба економік світу переосмислити своє ставлення до пластику після його використання, оскільки людство перетворює цінні ресурси на відходи, втрачаючи при цьому не тільки екологічно, але й економічно. За результатами дослідження, 96% вартості пакувальних матеріалів з пластику, що коштують приблизно 80-120 млрд дол. США щорічно, втрачаються економікою. Через сорок років після введення символу рециркуляції, тільки 14% пластикових упаковок збирають для утилізації. Решту 86% закопують, скидають у води світового океану та спалюють, забруднюючи цим природне середовище. Викидаючи пластик з таким же темпом до 2050 року у світовому океані може бути більше пластика ніж риби (за вагою). [1]

У період з 1950 по 2015 рік, було вироблено більше ніж 6700 млн метричних тон пластику - еквівалент більш ніж 18000 хмарочосів Емпайр-Стейт-Білдінг. Через те, що період розпаду пластику у природі складає понад 400 років, більшість з цих пластикових виробів (за винятком тих, які були спалені) все ще існують: як функціональний продукт, або як сміття в природному середовищі.

Дана тема є актуальною і для України. За даними екологів, в середньому українець щороку створює 220-250 кг твердих побутових відходів, а мешканці великих міст – по 330-380 кг. І ці обсяги з кожним роком зростають. Сміттєві полігони України займають 7% її території, що приблизно дорівнює площі таких держав як Данія або Чорногорія. [2]

“The New Plastics Economy” є раціональним рішенням проблеми забруднення довкілля пластиком для всього світу, і Україна не може залишатись осторонь, враховуючи той факт, що від переробки пластику можна отримувати економічну вигоду. Досвід країн ЄС свідчить, що ринок вторинної сировини є прибутковим. Для переробки пластику потрібно значно менше енергії, ніж на його нове виготовлення. Це дозволяє зменшувати затрати на виробництво і стимулює заощадження коштів підприємствами.

Дану проблему важливо вирішувати комплексно: на рівні держави, соціально відповідальних компаній та суспільства. В українському суспільстві панують скептичні