

## ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ ТА ІНШІ ФОРМИ ЕКСПАНСІЇ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ

© Драбiк І., 2008

Порівняно з іншими традиційними формами інтернаціоналізації і глобалізації підприємства прямі іноземні інвестиції є найдорожчим і найризикованішим способом ведення господарської діяльності транснаціональних корпорацій на глобальному ринку, але водночас саме він відкриває великі можливості для експансії. Здійснення прямої іноземної інвестиції може означати як отримання всіх або частини акцій вже існуючої організації, так і створення нового підприємства. Змінюється розуміння транснаціональної корпорації і діапазон застосування окремих форм експансії на глобальному ринку. Корпорації еволюціонують в напрямку так званих мережевих організацій. Експансія корпорацій з використанням мережі означає побудову і зміцнення їхньої позиції на ринку у поєднанні з іншими закордонними партнерами, з використанням таких форм інтернаціоналізації і глобалізації підприємства, як експорт, коопераційні зв'язки (зокрема нефінансова кооперація, фінансова кооперація і стратегічні союзи), а також згадані прямі іноземні інвестиції. Традиційні форми іноземної експансії і мережева модель не виключають одна одну, а взаємно доповнюються.

**Ключові слова:** транснаціональна корпорація, посередній і прямий експорт, нефінансова кооперація, фінансова кооперація, стратегічні альянси, прямі іноземні інвестиції, економіка, що ґрунтується на знаннях, мережева організація.

Foreign direct investment is the most costly and risky, in comparison with other traditional forms of internationalization and globalization of the enterprises, but at the same time providing big possibilities of expansion, way of running economic activities by transnational corporations in the global market. Undertaking foreign direct investment may mean both taking all or part of the shares in the already existing unit and building the new enterprise from the scratch. In connection with the growth of the importance of knowledge on managing contemporary enterprises, the understanding of transnational corporation and the scope of applying specific forms of expansion in the global market change. Corporations develop towards the so-called network organizations. Expansion of the corporation with the use of networks means building and strengthening its position in the market in connection with other foreign partners, with the use of such forms of the enterprise internationalization and globalization as export, cooperation connections (including non-capital cooperation, capital cooperation and strategic alliance) and the above mentioned foreign direct investment. Traditional forms of foreign expansion and network model do not exclude each other but complete each other.

**Key words:** transnational corporation, indirect and direct export, non-capital cooperation, capital cooperation, strategic alliance, foreign direct investment, economy based on knowledge, network organization.

### Формулювання проблеми

Транснаціональні корпорації є характерним елементом сучасної світової економіки. Ці підприємства є дуже диференційованими щодо розмірів, діапазону, предмета, форм і методів діяльності, відтак в літературі з цього предмета немає єдності щодо однозначного визначення

транснаціональної корпорації. Не підлягає сумніву, що підставою масштабного виникнення корпорацій стала посилена інтернаціоналізація і глобалізація виробництва і капіталу, спричинена трансфером технологій та висококваліфікованих кадрів, який здійснюють високорозвинуті країни.

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій**

У польській літературі сучасне розуміння транснаціональної корпорації досліджується у працях М. Горині, М. Яворка, В. Карашевського, А. Зорської.

**Мета статті** полягає у дослідженні сутності стратегій інтернаціоналізації і глобалізації транснаціональних корпорацій, мережевого підходу в експансії транснаціональних корпорацій, а також зростання значення прямих іноземних інвестицій в експансії транснаціональних корпорацій.

### **Виклад основного матеріалу**

Сьогодні все популярнішим стає підхід, який враховує особливе значення для корпорацій специфіки організації і управління. Вважають, що транснаціональна корпорація є організацією, яка координує виробничо-торгову діяльність різних одиниць в різних країнах з одного центру, який приймає стратегічні рішення. Відтак не локалізація активів або власність на них, як особливо підкреслювалося у попередніх визначеннях, а саме здатність організовувати, координувати та інтегрувати дії різних одиниць з метою реалізації прийнятої стратегії вважається сьогодні специфічним атрибутом корпорації. Такий підхід до корпорації як до організації пов'язаний з їхньою здатністю створювати і керувати діяльністю транснаціональних мереж, що об'єднують велику кількість одиниць (закордонних філій, спільних підприємств, інших суб'єктів). Одиниці мережі з'єднані з центральним управлінням корпорації та між собою складними потоками різномірних складових елементів, продуктів, засобів, людей і знань. Центральне управління корпорації координує співпрацю у мережі, своєю чергою, одиниці мережі реалізують багатодіапазонні стратегічні цілі у змінному оточенні. Конкурентна перевага підприємства, організованого в такий спосіб, ґрунтується на основних елементах: розпорошенні активів і запасів, а також спеціалізації операцій і взаємозалежності [1, с. 244].

Література з предмета містить різні класифікації стратегій інтернаціоналізації і глобалізації підприємства, підставою яких є так звана упсальська модель. Згідно з упсальською моделлю інтернаціоналізація має поступовий (послідовний) характер і у ній є дві тенденції: зростання кількості і диференціації ринків та обсягу залучення підприємства до закордонних операцій, що виражається передусім у залученні засобів (виробничих, маркетингових, організаційних, кадрових тощо), а також складність їхнього можливого перенесення на інші ринки. До головних стратегій інтернаціоналізації, які ґрунтуються на упсальській моделі, належать: експорт, коопераційні зв'язки із закордонним партнером (зокрема нефінансова кооперація, фінансова кооперація і стратегічні союзи), а також прями іноземні інвестиції [2, с. 99–126; 3, с. 109–135; 4, с. 237–241; 5, с. 488–497; 6, 152–209].

Експорт як найпростіша форма інтернаціоналізації полягає у вивезенні за кордон товарів вітчизняного походження або у значному ступені перероблених у країні з метою їхнього продажу. У принципі експорт може набувати посередній або безпосередній характер. Посередній експорт здійснюється через посередників без контакту виробника із закордонним клієнтом. Він полягає у продажу виробником власних виробів вітчизняному експортеру або вітчизняній філії закордонного імпортера з метою продажу за кордоном. Посередній експорт вимагає невеликих інвестиційних витрат, а тому пов'язується з малим ризиком. Виробник не повинен здійснювати дії, пов'язані з перетинанням товаром кордону, а, отже, створювати відділ експорту, організувати мережі продавців або займатися укладанням закордонних контрактів. Посередній експорт спричиняє те, що виробник не вступає у контакт з середовищем країни призначення – у міжнародних зв'язках саме посередник вивчає цільовий ринок, поставляє ноу-хау та сервісне обслуговування.

Безпосередній експорт означає самостійне здійснення виробником діяльності, пов'язаної з перетинанням кордону та збутом продукції за кордоном. Він вимагає наявності знань з технології зовнішньої торгівлі, ринків збуту і торгових контактів. Порівняно з посереднім експортом виробник має безпосередній контакт із закордонним клієнтом, а також володіє більшими можливостями щодо керування і контролю за перебігом трансакції. Щоправда, ризик та інвестиційні витрати, пов'язані з безпосереднім експортом, також є більшими, однак він дає шанс досягти вищого прибутку, тому що відмовляється від залучення та оплати торгових посередників.

Стандартні експортні контакти є зазвичай одноразовими і порівняно короткочасними, вони не передбачають повторюваності трансакції і постійного зв'язку між партнерами. Порівняно тривалі господарські зв'язки із закордонними партнерами забезпечують коопераційні зв'язки, тобто так звану контрактну кооперацію. Серед коопераційних зв'язків виділяють нефінансову кооперацію, фінансову кооперацію та стратегічні союзи. У разі нефінансової кооперації партнери не об'єднують свої капітали, тобто не створюють спільне підприємство із змішаним капіталом, а взаємодіють у межах існуючих організаційних структур. Міжнародна нефінансова кооперація може набувати різні форми. Ліцензування – це метод міжнародної експансії підприємства, який полягає у трансфері за кордон прав на часткове або повне використання з метою заробітку винаходів, прав захисту винаходів, споживчих зразків, товарних знаків, технічного і торгового ноу-хау, охоплених патентом або захистом. Франчайзинг означає ситуацію, в якій надавач франшизи надає одержувачу франшизи дозвіл на ведення торгової діяльності згідно із визначеною програмою продажу, яка, зокрема, містить фірмову назву надавача франшизи, назву товарів, засоби реклами, ціну, а також встановлену якість. У межах нефінансової кооперації укладаються також контракти на управління, зокрема управління підприємством або його відокремленою частиною, контракти на інвестиції "під ключ", що стосуються реалізації за рубежем складних інвестиційних заходів, контракти на міжнародні субпоставки різних компонентів виробничого процесу.

У результаті фінансової кооперації виникає нове спільне підприємство (joint venture), яке ґрунтується на відокремлених засобах своїх засновників, що походять з двох або більше країн. Спільне підприємство створюється з наміром досягнення протягом довгого періоду певних цілей в міжнародному масштабі, причому партнери спільно відповідають за його діяльність. Вибір цієї форми закордонної експансії дає змогу оминати тарифні та адміністративні бар'єри, а також досягати маркетингових вигод на ринку партнера. Якщо спільне підприємство створене підприємствами, які походять з різних країн, з метою входження на ринок одного з них, то тоді можна визнати, що воно є методом входження на закордонний ринок. Однак необхідно відзначити, що спільне підприємство може бути створене з іншою метою, ніж вхід на ринок однієї з країн-засновників. Такою метою може бути забезпечення постачання дешевих елементів і вузлів, тобто зниження витрат на виробництво або підвищення стабільності постачання сировини.

Міжнародні стратегічні союзи (стратегічні альянси) передбачають співпрацю між актуальними або потенційними конкурентами, яка орієнтована на покращання управління певним підприємством або сферою діяльності за допомогою координації сфер компетенції, засобів і необхідних ресурсів. Альянси можуть мати характер вертикальних – їхніми учасниками є підприємства, що діють в різних галузях виробництва і послуг – або горизонтальних зв'язків, які виникають між підприємствами, що виробляють аналогічні або наближені продукти, отже, функціонують в тому самому секторі. Стратегічні альянси можуть, зокрема, стосуватися взаємного надання підприємствами виробничих або сервісних потужностей, спільного виробництва, впровадження продукту на новий закордонний ринок, надання доступу до дистрибуційно-сервісних (закордонних) мереж. Ознакою цієї форми зв'язків між підприємствами є порівняно вільний характер і легкість виходу із співпраці, що відрізняє її від спільного підприємства типу "joint venture", яке передбачає виникнення нового суб'єкта.

Найдорожчим і найризикованішим, але водночас найефективнішим в контексті експансії є самостійне ведення господарської діяльності за кордоном через здійснення прямих іноземних інвестицій (англ. *foreign direct investment*). Згідно з визначенням Організації економічної співпраці і розвитку (ОЕСД), прийнятої країнами-членами організації, прямою іноземною інвестицією є тоді, коли

закордонний інвестор отримує або має “тривалий вплив” (англ. *lasting interest*) на закордонне підприємство. Пороговим значенням, яке умовно визначає одержання певного впливу, є володіння 10 % звичайних акцій або голосів. Прямим інвестором може бути фізична особа, об’єднане або не об’єднане державне або приватне підприємство, уряд, група підприємств або група фізичних осіб [7, с.19–22]. Характер прямих іноземних інвестицій вказує на невід’ємність дохідного і контрольного мотивів, які їх супроводжують. Окрім очевидного мотиву отримання прибутку, другий з мотивів відображає необхідність здійснення прямим інвестором впливу на розташоване за кордоном підприємство через одержання частки у його статутному фонді.

Нині вважається, що знання є ключовим засобом, який створює міжнародну конкурентну перевагу підприємства, а відтак призводить до формування доданої вартості. В умовах економіки, яка ґрунтується на знаннях, транснаціональні корпорації еволюціонують в напрямку мережевих організацій і мережевої моделі управління. При послідовній інтернаціоналізації підприємства (упсальська модель) інтернаціоналізація загалом розглядається у відриві від інших суб’єктів. Тим часом згідно з теорією мережевого підходу передбачається, що інтернаціоналізація і глобалізація управління підприємством становить елемент розвитку довгострокових зв’язків і взаємодій між постачальниками та їхніми закордонними клієнтами, а також іншими суб’єктами, що співпрацюють. Мережу можна розуміти як [3, с. 77]:

- зв’язки між одиницями, які входять до її складу, при цьому виділяють зв’язки загального довгострокового характеру (*relationships*) і зв’язки поточного характеру “тут і тепер” (*interactions*);

- структура – фірми, які входять до складу мережі, швидше взаємозалежні, ніж незалежні; взаємозалежність вводить обмеження індивідуальної поведінки фірм, що означає побудову структури в широкому розумінні;

- позиція – агрегат ролей певної організації (фірми), які взаємно накладаються, стосовно інших організацій (фірм);

- зміна зв’язків між фірмами, над якими домінують розподіл влади (сили) і структури інтересів.

Основна структура мережевої моделі охоплює три групи елементів: акторів, дії та засоби. Акторами можуть бути індивідуальні люди, частини підприємств, підприємства, а також їхні групи, які контролюють дії і/або засоби. Дії означають ситуацію, коли принаймні один актор сполучає, розвиває, обмінює або створює засоби, вживаючи для цього інші засоби. Дії можуть полягати у трансформації запасів (*transformation activities*) або у трансфері засобів (*transfer activities*). Засоби контролюються акторами, а також мають гетерогенний характер. Названі групи елементів мережевої моделі з’єднані стосунками (зв’язками), в результаті чого виникають структури, що називаються мережами. Мережевий підхід трактує підприємство як фрагмент ширшої системи багатьох суб’єктів, що взаємно впливають один на другий [3, с.78]. Зазначимо, що між традиційними формами інтернаціоналізації підприємств (упсальська модель) та мережевою моделлю існують зворотні зв’язки, тобто, з одного боку, традиційні форми можуть успішно використовуватися в межах мережі (наприклад, експорт, франчайзинг, стратегічні альянси, прямі іноземні інвестиції), з іншого боку, розвиток мережевих організацій впливає на зростання ступеня інтернаціоналізації підприємств.

Як згадувалося, основний вплив на виникнення і розвиток мережевої моделі експансії транснаціональних корпорацій мають розвиток та трансфер знань та інновацій. Завдяки застосуванню у виробничих процесах сучасних технологій вони стають все еластичнішими. Це означає, що виготовлювані вироби і пропоновані послуги можуть бути краще пристосовані до дедалі більше індивідуалізованих потреб і вимог споживачів. Водночас технології стають щоразу складнішими, а одиничні підприємства часто не можуть самостійно опанувати і ефективно використати їх. Все частіше виробники спеціалізуються на виготовленні окремих компонентів (і/або субкомпонентів) або організації та монтажі кінцевого продукту [8, с. 39–48].

Сучасні мережеві організації з участю транснаціональних корпорацій охоплюють своєю діяльністю все диференційованіший набір форм, зокрема, наприклад, мережі всередині організації,

притаманні великим транснаціональним корпораціям, а також мережі постачальників, сконцентрованих навколо провідного підприємства, яким зазвичай також є велика корпорація. Особливий характер мають внутрішньокорпоративні мережі, створювані групами організаційних одиниць у межах сучасних корпорацій, що володіють акціями філій. Внутрішньокорпоративна мережа може мати форму однорідної і компактної структури або вільнішого угруповання філій, які діють в різних країнах, – залежить від моделі організації і управління, прийнятої у цій корпорації. Своєю чергою, мережі постачальників складаються з багатьох ієрархічно пов'язаних учасників, від провідної корпорації, яка ототожнюється з назвою лідера марки, володіє загальновідомим фірмовим знаком та основною позицією в мережі, до малих місцевих, вузькоспеціалізованих постачальників. Головною метою корпорацій, які функціонують за вищезгаданими принципами, є забезпечення швидкого і дешевого доступу до засобів, потужностей і знань, необхідних з погляду предмета їхньої діяльності [9, с. 199–203].

У сучасній світовій економіці зростає значення переміщення капіталу у формі прямих іноземних інвестицій. З даних, які містяться у звіті Конференції об'єднаних націй з питань торгівлі і розвитку (UNCTAD) випливає, що 2007 рік був рекордним щодо переміщень прямих інвестицій у світі – їхню вартість оцінено на 1,5 білльйона доларів. Попередній рекорд був встановлений в 2000 році і становив 1,4 білльйона доларів. Найбільшим одержувачем прямих інвестицій виявилися Сполучені Штати, вартість інвестицій у які становила близько 193 млрд. доларів. На другому місці розмістилася Великобританія з інвестиціями вартістю 171 млрд. доларів, далі Франція, яка отримала 123 млрд. доларів. Європейський Союз як регіон був найбільшим одержувачем прямих інвестицій в 2007 році (40 % загального обсягу інвестицій).

Серед країн, що розвиваються, звання найбільшого одержувача прямих іноземних інвестицій отримав Китай, незважаючи на те, що надходження капіталу у цю країну зменшилися з 69 млрд. доларів в 2006 році до 67 млрд. доларів у 2007 році. Своєю чергою, інвестиції в Гонконг вирости більше ніж на 25 % – у 2006 році вони становили 43 млрд. доларів, натомість в 2007 році – 54 млрд. доларів. Третє місце зайняли Бразилія, Мексика і Сінгапур, які залучили інвестиції на рівні 37 млрд. доларів [10].

Прямі іноземні інвестиції можуть полягати у:

- купівлі, через набуття і придбання, прав власності на існуюче підприємство в обсязі, який уможливило безпосередню участь в управлінні цим підприємством (англ. *brownfield investment*);
- розміщенні капіталу за кордонами материнської країни інвестора з метою здійснення господарської діяльності з самого початку (англ. *greenfield investment*).

Прямі іноземні інвестиції типу *brownfield*, які полягають у повному або частковому придбанні закордонного підприємства, часті у випадках, коли входження нового суб'єкта на певний закордонний ринок є ускладненим, наприклад, з приводу гострої конкуренції. Набуття місцевого підприємства або його частини може також відбуватися у межах приватизаційних процесів у цій країні (інвестиції цього типу домінували в початковий період економічної трансформації в країнах Центральної і Східної Європи). Придбане в таких випадках підприємство часто вимагає додаткових інвестиційних витрат та організаційних покращань. Інвестиція типу *brownfield* може означати купівлю не тільки ґрунту, будівель і обладнання, але також, наприклад, мережі торгових контактів або прав на використання місцевої марки. Зазвичай у придбаному підприємстві, принаймні в початковий період, залишається частина старих працівників. Це уможливило краще пристосування виробництва і маркетингових дій, здійснюваних після закупівлі, до специфіки і потреб місцевих споживачів.

Зовсім інший характер має створення за кордоном нового об'єкта від самого початку (прямі іноземні інвестиції типу *greenfield*). Воно забезпечує повне пристосування до стратегії і поточної діяльності підприємства, що функціонує на закордонних ринках, але спричиняє необхідність значних фінансових витрат, а також, як правило, вимагає багато часу. У цьому разі вибір місця розташування інвестиції є повністю автономним, обмеженим лише доступністю території. Під час вибору місця розташування наступної інвестиції беруться до уваги як технологічні, витратні,

податкові, так і маркетингові вимоги (наприклад, близькість сегментів ринку). Будівництву нового об'єкта повинні передувати дослідження місцевого ринку збуту з погляду потенційного попиту, передбачуваної конкурентної ситуації, а також тенденції змін середовища, хоча на практиці функціонування великих корпорацій часто трапляється, що продукти, які виробляються у певній країні з використанням прямих іноземних інвестицій, продаються на віддалених географічних ринках.

Прямі іноземні інвестиції можна також поділити на горизонтальні, вертикальні і конгломератні, а також орієнтовані на постачання і збут [11, с. 19–20]. Горизонтальні інвестиції полягають у здійсненні за кордоном виробництва продукції, яка раніше вироблялася інвестором в його країні. Часто вони здійснюються з огляду на митні перешкоди, високі транспортні витрати або ефект масштабу. Підприємства, що виникли внаслідок здійснення іноземних інвестицій цього типу, інтегровані горизонтально. Хоча цей вид інвестиції найчастіше належить до сфери виробництва, він не виключає й інших сфер діяльності підприємства. Вертикальні інвестиції стосуються принаймні двох сфер діяльності підприємства. Вони можуть бути орієнтовані “вперед” – переходячи або від сфери постачання до сфери виробництва, або від сфери виробництва до сфери збуту – або “назад” – переходячи від сфери виробництва до сфери постачання або від сфери збуту до сфери виробництва. Своєю чергою, конгломератні інвестиції не пов'язуються з наявною діяльністю підприємства, яке інвестує. Мотивом інвестиції цього типу найчастіше стає диверсифікація діяльності.

Мотивом інвестицій, орієнтованих на постачання, є можливість залучення сировини, напівфабрикатів тощо, необхідних для виробництва. У цьому разі важливу роль відіграють витрати на виробничі чинники, а також можливість впливу на постачальників виробів, необхідних для виробництва. Натомість інвестиції, орієнтовані на збут, можуть бути скеровані на материнський ринок інвестора або на експорт, що залежить від цілей, поставлених підприємством.

### **Висновки**

Підприємство, яке здійснює прямі іноземні інвестиції, повинно враховувати велике фінансове навантаження і ризик, але також значні можливості для контролювання підприємства та високий потенціал отримання прибутку. Володіння філіями на закордонних ринках сприяє тривалому і ефективному проникненню на ці ринки, полегшує адаптацію до місцевих вимог, забезпечує швидке і надійне постачання ринку, сприяє наданню післяпродажних послуг на відповідному рівні. Це також спрощує налагодження широких контактів і взаємний (між материнським підприємством і філією) трансфер технологій, інформації, капіталу, досвіду і людей. Переваги прямих іноземних інвестицій стосуються також можливості зменшення витрат завдяки уникненню деяких трансакційних видатків (наприклад, пов'язаних з переговорами щодо ліцензійних контрактів), а також видатків на моніторинг і контроль над незалежними партнерами. Істотне значення має уникнення транспортних витрат, митних та адміністративних платежів, які необхідні, наприклад, при здійсненні експортної діяльності. Важливим є, нарешті, доступ до дешевших місцевих засобів виробництва. Можливості контролю стосуються стандартів якості, повнішого захисту права власності, а також забезпечення внутрішнього характеру інформації, яка не потрапляє до інших суб'єктів. Забезпечується уникнення проблем, спричинених поділом власності з іншим суб'єктом, наприклад, в межах спільного підприємства.

Що стосується недоліків самостійного ведення господарської діяльності на закордонних ринках, то можна впевнено сказати, що воно вимагає великих капіталовкладень. Значущим є і політичний ризик. Можливі кадрові проблеми, причиною яких може бути культурний розрив між країною материнського підприємства та країною, яка приймає іноземну інвестицію. Великі труднощі може викликати адаптація персоналу (з центрального управління материнського підприємства) до умов країни, що приймає інвестицію.

1. Zorska A. *Korporacje transnarodowe. [W:] Biznes międzynarodowy - obszary decyzji strategicznych. Praca zbiorowa pod red. M. K. Nowakowskiego. Wydawnictwo Key Text, Warszawa 2000.*
2. Duliniac E. *Marketing międzynarodowy. PWE, Warszawa 2004.*
3. Gorynia M. *Strategie zagranicznej*

*ekspansji przedsiębiorstw. PWE, Warszawa 2007. 4. Ph. Kotler, G. Armstrong, J. Saunders, V. Wong: Marketing. Podręcznik europejski. PWE, Warszawa 2002. 5. Pierścionek Z. Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa. WN PWN, Warszawa 2003. 6. Rymarczyk J. Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa. PWE, Warszawa 2004. 7. Karaszewski W. Bezpośrednie inwestycje zagraniczne. Polska na tle świata. TNOiK, Toruń 2004. 8. Konkurencyjność przedsiębiorstw – nowe podejście. Redaktor naukowy E. Skawińska. WN PWN, Warszawa – Poznań 2002. 9. Zorska A. Korporacje transnarodowe. Przemiany, oddziaływania, wyzwania. PWE, Warszawa 2007. 10. [www.unctad.org](http://www.unctad.org) 11. Jaworek M. Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w prywatyzacji polskiej gospodarki. TNOiK, Toruń 2006.*

УДК 330.131.7:656.2(477)

К.В. Журавель

Українська державна академія залізничного транспорту

## **СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ РИЗИКІВ ПРИ ТРАНСПОРТНОМУ ОБСЛУГОВУВАННІ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ**

© Журавель К.В., 2008

Узагальнено поняття “ризик”. Запропоновано класифікацію ризиків при транспортному обслуговуванні клієнтів залізничного транспорту. Розроблена класифікація дасть змогу систематизувати ризики, які виникають при транспортному обслуговуванні на залізничному транспорті відповідно до певних цілей. Комплексний розгляд і докладна класифікація видів ризиків допоможе в побудові оптимальної системи управління ризиками на залізничному транспорті.

**Ключові слова:** ризик, невизначеність, класифікація ризиків, транспортне обслуговування, залізничний транспорт, клієнти.

**The notion of risk is generalized. The classification of risks while serving rail customers is offered. The developed classification will allow to systematize the risks which arise at transport service on a railway transport in accordance with appointed purpose. Complex consideration and detailed classification of types of transport service risks allow to build the optimum system of risk management on railway transport.**

**Keywords:** risk, uncertainty, classification of risks, transport service, railway transportation, clients.

### **Постановка проблеми**

Ризик є невід’ємною частиною ділової активності на будь-якому ринку. З ним доводиться стикатися у повсякденній практичній діяльності. Існують певні види ризиків, на дію яких наражаються всі без винятку підприємства, але, поряд із загальними, є і специфічні види ризику, характерні для окремих видів діяльності.

Реформування залізничного транспорту й формування нової системи економічних взаємовідносин суб’єктів господарювання обґрунтовує необхідність вирішення проблеми стійкого функціонування галузі й нейтралізації загроз економічних ризиків. Вповні ця проблема проявляється у сфері транспортного обслуговування, що реалізується системою фірмового транспортного обслуговування (СФТО) [1]. Для розроблення системи комплексного управління ризиками на залізничному транспорті необхідно насамперед класифікувати ризики.