

Розглядаються теоретико-методологічні проблеми розвитку світової економіки в умовах глобалізації, організаційно-практичні питання статистики, обліку і аудиту, а також підприємницької діяльності щодо реформування економіки України.

Для наукових працівників, викладачів, аспірантів і студентів.

Рассматриваются теоретико-методологические проблемы развития мировой экономики в условиях глобализации, организационно-практические вопросы статистики, учета и аудита, а также предпринимательской деятельности относительно реформирования экономики Украины.

Для научных сотрудников, преподавателей, аспирантов и студентов.

Theoretical and methodological issues are considered as to development of the world economy under globalization, involving organizational and applied aspects of statistics, accounting and audit, and entrepreneurship targeted at reforming the economy of Ukraine.

For scientists, teachers, candidates and students.

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ РЕДАКТОР	В.Д. Базилевич, д-р екон. наук, проф., чл.-кор. НАН України
РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ	А.І. Ігнатюк, д-р екон. наук, доц. (заст. відп. ред.); А.А. Чухно, д-р екон. наук, проф., акад. НАН України; Д.М. Черваньов, д-р екон. наук, проф., чл.-кор. АПН України; П.С. Єщенко, д-р екон. наук, проф.; Г.І. Купалова, д-р екон. наук, проф.; Н.В. Ковтун, д-р екон. наук, проф.; І.О. Лютий, д-р екон. наук, проф.; І.І. Мазур, д-р екон. наук, доц.; В.О. Мандибура, д-р екон. наук, проф.; С.В. Науменкова, д-р екон. наук, проф.; А.О. Старостіна, д-р екон. наук, проф.; О.І. Черняк, д-р екон. наук, проф.; В.Г. Швець, д-р екон. наук, проф.; А.В. Шегда, д-р екон. наук, проф.; Р.В. Пікус, канд. екон. наук, доц.; О. І. Жилінська, канд. екон. наук, доц. (відп. секр.)
Адреса редколегії	03022, Київ-22, вул. Васильківська, 90-а, економічний факультет ☎ (38044) 259 71 82
Затверджено	Вченою радою економічного факультету 21.03.11 (протокол №8)
Атестовано	Вищою атестаційною комісією України. Постанова Президії ВАК України №1-05/7 від 10.11.10
Зареєстровано	Міністерством юстиції України. Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 17106-5876ПР від 08.09.10
Засновник та видавець	Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет". Свідоцтво внесено до Державного реєстру ДК № 1103 від 31.10.02
Адреса видавця	01601, Київ-601, 6-р Т.Шевченка, 14, кімн. 43 ☎ (38044) 239 31 72, 239 3222; факс 239 31 28

ЗМІСТ

Мандибура В., Батажок С. Інститут довіри в сфері забезпечення якості споживання та захисту споживчих прав населення	5
Ковтун Н. Методи індикативної оцінки можливого шахрайства у фінансовій сфері	11
Филюк Г. Конкурентно-монопольні тенденції в глобальній економіці	15
Ігнатюк А. Інституційно-організаційна система регулювання світових галузевих ринків	18
Маслов А. Теорія інформаційного суспільства як методологічна основа теорії інформаційної економіки	24
Кондрашова-Діденко В., Діденко Л. Самозаперечення країнової економіки: особливості та результат-наслідок	28
Вітренко А. Процеси глобалізації світового ринку рекламних послуг та їх вплив на розвиток національного ринку реклами України	31
Вірченко В. Роль акціонерної власності в сучасній системі економічних відносин	35
Бердар М. Методика контролю в управлінні фінансовими ресурсами підприємства	39
Овчаренко Т. Фінансовий лізинг як форма залучення інвестиційних ресурсів на підприємствах	41
Скопенко Н. Обґрунтування доцільності формування та розвитку інтегрованих об'єднань в АПК України	44
Мицюк С. Розвиток кластерів в національній економіці як ефективний механізм підвищення конкурентоспроможності	48
Новікова І. Іван Вернадський та розвиток українського банківництва у другій половині XIX ст.	50
Филюк В. Теоретико-методологічні засади концентрації ринків	54
Шибіріна С. Ринок нерухомого майна як економічна категорія та об'єкт статистичного дослідження	58
Овсянникова Я. Форми участі держави у проектному фінансуванні на основі розвитку державно-приватного партнерства	62

СОДЕРЖАНИЕ

Мандыбура В., Батажок С. Институт доверия в сфере обеспечения качества потребления и защиты потребительских прав населения	5
Ковтун Н. Методы индикативной оценки возможного мошенничества в финансовой сфере.....	11
Филюк Г. Конкурентно-монопольные тенденции в глобальной экономике.....	15
Игнатюк А. Институционально – организационная система регулирования мировых отраслевых рынков.....	18
Маслов А. Теория информационного общества как методологическая основа теории информационной экономики	24
Кондрашова-Диденко В., Диденко Л. Самотрицание страновой экономики: особенности и результат-последствие	28
Витренко А. Процессы глобализации мирового рынка рекламных услуг и их влияние на развитие национального рынка рекламы Украины	31
Вирченко В. Роль акционерной собственности в современной системе экономических отношений.....	35
Бердар М. Методика контроля в управлении финансовыми ресурсами предприятия	39
Овчаренко Т. Финансовый лизинг как форма привлечения инвестиционных ресурсов на предприятиях.....	41
Скопенко Н. Обоснование целесообразности формирования и развития интегрированных объединений в АПК Украины	44
Мицюк С. Развитие кластеров в национальной экономике как эффективный механизм повышения конкурентоспособности	48
Новикова И. Иван Вернадский и развитие украинского банковского сектора во второй половине XIX в.....	50
Филюк В. Теоретико-методологические основы концентрации рынков	54
Шибирова С. Рынок недвижимого имущества как экономическая категория и объект статистического исследования	58
Овсянникова Я. Формы участия государства в проектом финансировании на основе развития государственно-частного партнерства	62

CONTENTS

Mandubura V., Batagok S. Institution of trust in the field of providing consumption quality and protection consumer rights of the population	5
Kovtun N. The indicative estimation's methods of possible wheeler-dealer finance	11
Filyuk G. Competition-and-monopoly trends in global economy	15
Ignatyuk A. Global the institutional-ogranizational system of the world industry markets regulation	18
Maslov A. Information society theory as a methodological basis of the information economy theory.....	24
Kondrashova-Didenko V., Didenko L. Self-denying of country economy: particulars and result-consequence	28
Vitrenko A. Globalization and its impact on the national advertising market of Ukraine	31
Virchenko V. Role of corporate property in the modern system of economic relations	35
Berdar M. The control method in management of enterprise financial resourc	39
Ovcharenko T. Financial leasing as form of bringing in of investment resources is on enterprises.....	41
Skopenko N. Ground of expediency of forming and development integrated associations in ank of Ukraine	44
Mytsiuk S. Development of clusters in the national economy as effective mechanism of increase of competitiveness	48
Novikova I. Ivan Vernadsky and development of the Ukrainian banking sector in the second half of XIX century	50
Filyuk V. Theoretical-and-mathodological basics of market concentration research	54
Shibirina S. The Real Estate Market as an Economic Category and Object of Statistical Investigation.....	58
Ovsiannykova I. Forms of state's participation in project financing through the development of public-private partnership	62

ІНСТИТУТ ДОВІРИ В СФЕРІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ СПОЖИВАННЯ ТА ЗАХИСТУ СПОЖИВЧИХ ПРАВ НАСЕЛЕННЯ

Розкрито коло проблем, пов'язаних з функціонуванням інститутів довіри, недовіри (консюмеризму), сприяння формування довіри(маркетингу) в сфері кінцевого споживання населення в контексті узагальнення світового досвіду та ситуації, що склалась в Україні.

Ключові слова: інститут довіри, інститут недовіри, консюмеризм, захист прав споживачів, маркетинг.

Раскрыт круг проблем, связанных с функционированием институтов доверия, недоверия (консюмеризму), содействия формирования доверия(маркетингу) в сфере конечного потребления населения в контексте обобщения мирового опыта и ситуации, которая сложилась в Украине.

Ключевые слова: институт доверия, институт недоверия, консюмеризм, защита прав потребителей, маркетинг.

The article deals about range of problems connected with functioning of the institutions of trust and distrust (consumerism), problems connected with supporting of the formation of trust (marketing) in the field of end consumption of the population in the way of summarizing the world experience and current situation in Ukraine is disclosed.

Keywords: institute of trust, institute of mistrust, consumerism, defence of rights for consumers, marketing.

Серед стратегічних проблем сучасного соціально-економічного розвитку України проблема гарантування прав населення щодо забезпечення споживання якісних життєвих благ є однією з найголовніших і найгостріших. Її практичне вирішення багато у чому визначає зростання якості життя, рівня реального добробуту громадян та безпосередньо впливає на забезпечення соціальної стабільності і національної безпеки держави.

Питання запровадження і функціонування багаторівневої та розгалуженої системи гарантування прав споживачів, що сприяє формуванню інституту довіри в сфері кінцевого споживання в умовах ринкових відносин досліджувалися багатьма зарубіжними вченими. Зокрема, їх розглядали такі зарубіжні учені та фахівці як А. Вяткіна, Дж. Гелбрейт, А. Долгоруков, Р. Карсон, В. Павлов, В. Паккард, Л. Роббінс, Л. Розенберг, Дж. Хірст, С. Чейз, Ф. Шлінк. Певний внесок у розробку проблем захисту прав споживачів зробили такі вітчизняні науковці як М. Безпалко, С. Герасимова, Н. Дочинець, С. Марцин, Н. Мережко, В. Селезнев. Проте, незважаючи на це, багато науково-теоретичних та організаційно-економічних питань цієї теми потребують подальшого дослідження. Зокрема, потребують з'ясування найбільш характерні особливості та відмінності інституту довіри в сфері кінцевого споживання від інших системних складових ринкового інституту довіри. Подальшого теоретичного уточнення потребує така соціально-економічна категорія як "консюмеризм", що є нічим іншим як системним інститутом прояву недовіри споживачів до якості товарів та послуг, що пропонуються на ринку, а також поглиблення розуміння змісту механізмів системного забезпечення захисту прав споживачів на ринку товарів і послуг.

Метою статті є аналіз особливостей формування інституту довіри в системі забезпечення якісного споживання населення на основі системної взаємодії двох ринкових інститутів і механізмів – маркетингу та консюмеризму, системне узагальнення основних напрямів, організаційно-економічних та інституційних форм еволюційного розвитку консюмеризму в країнах розвинутої ринкової економіки, а також визначення шляхів ефективного використання світового досвіду з метою забезпечення надійного захисту прав споживачів в трансформаційних умовах економіки України.

Формування в Україні цивілізованої ринкової економіки зумовлює нагальну потребу узагальнення та максимального використання накопиченого позитивного світового досвіду стосовно забезпечення відповідної гармонізації відносин, що виникають між суб'єктами ринку до такого оптимального рівня, який дозволяє

сформувати інститут довіри у їхній взаємодії. Інститут довіри є важливим рушієм соціально-економічного розвитку, саме на цьому наголошує академік В.М. Геєць [1, с. 3-4]. Інститут довіри є складним і системним явищем соціально-економічного життя суспільства. Можна стверджувати, що саме забезпечення функціонування інституту довіри в сфері підтримки необхідної якості задоволення потреб кінцевого споживання населення є базовою основою суспільного відтворення та найбільш пріоритетним і відповідальним напрямом діяльності бізнесу і держави. Адже будь яке прагнення підприємців максимізувати особистий прибуток шляхом порушення необхідних стандартів якості та безпеки реалізованих на ринку життєвих благ, насамперед харчових продуктів, напряду впливає на здоров'я і репродукцію людини, призводить до масштабної депопуляції населення.

На сьогодні в економічній сфері довіри визначають "як відношення до економічних суб'єктів і інститутів, що виражає міру впевненості у відповідності їх поведінки уявленням про образ цієї поведінки без актуалізації належних основ такої впевненості, тобто основ відшкодування витрат та еквівалентності. Суб'єкт, таким чином, будує свої відносини з конкретною особою чи інститутом на основі уявлень про певний ідеальний образ цього суб'єкта чи інституту, не перевіряючи відповідність конкретного суб'єкта абстрактному образу. Але це не означає сліпу віру. Всі ті підстави (можливість покращання, вигода, різні пласти соціальних відносин), на яких базується довіра, присутні, але в знятому вигляді" [2. – С.138]. У той же час в сфері кінцевого споживання життєвих благ довіра населення неможлива без недовіри. Тобто розвиток інституту довіри у цій царині полягає в діалектичній єдності і боротьбі з недовірою, що актуалізує основи довіри. У той же час обмеження споживчого вибору внаслідок монополістичного свавілля, обмеження інформації щодо реальних споживчих властивостей товарів та послуг, або кон'юнктурної невідповідності пропозиції рівню існуючого ринкового попиту, що проявляється в дефіциті життєвих благ необхідної якості, діють як своєрідний примус до споживання, тобто як специфічний економічний "примус до довіри".

Розглядаючи інститут довіри як якісно складне й системне явище соціально-економічного життя суспільства, можна стверджувати, що функціонування такого його внутрішнього блоку, яким є інститут довіри в сфері забезпечення необхідної якості товарів і послуг щодо задоволення кінцевих потреб населення, є, з одного боку, невід'ємною базовою основою процесу суспільного відтворення, а з іншого, найбільш пріоритетним і відповідальним напрямком діяльності бізнесу й держави.

Саме у цій царині будь-які спроби підприємців максимізувати особистий прибуток шляхом порушення необхідних стандартів якості й безпеки реалізованих на ринку життєвих благ (насамперед харчових продуктів і товарів для дітей) прямо впливає на здоров'я й репродукцію людини, що у кінцевому рахунку приводить до масштабній де популяції населення яке має місце в Україні.

Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що у сфері кінцевого споживання життєвих благ інститут довіри населення має щонайменше три основні специфічні особливості, які докорінно відрізняють його дію від дії аналогічного інституту в сфері господарської й комерційної діяльності, а також в сфері відносин пов'язаних із розміщенням організованих грошових заощаджень фізичних осіб в банківських і небанківських установах та операцій пов'язаних із наданням їм широкого спектру страхових послуг.

Перша особливість полягає в тому, що якщо в сфері господарсько-комерційних відносин розвиток інституту довіри перебуває в діалектичній єдності й боротьбі з недовірою, що актуалізує основи довіри на основі мінімізації економічних ризиків, то довіра й недовіра кінцевого споживача щодо якості товарів і послуг пов'язане з абсолютно іншим рівнем ризику – ризику втрати здоров'я так самого життя.

Друга особливість проявляється в тому, що в сфері господарсько-комерційних відносин при посиленні недовіри, нарощування ступеня ризику й невизначеності, суб'єкт може їх уникнути шляхом певних обмежень своєї ділової активності (аж до її тимчасового припинення на певний, скажемо кризовий період), у сфері ж кінцевого споживання існує постійний фізіологічний примус до споживання, незалежно вірить людина, що продукти й інші товари кінцевого споживання по якості для нього корисні або шкідливі – тобто тут має місце фізіологічне "примус до довіри".

Третя особливість пов'язана з тим, що має місце суттєве обмеження вибору кінцевого споживача внаслідок: а) монополістичного свавілля виробника або продавця; б) обмеження достовірної інформації щодо реальних споживчих властивостей товарів і послуг; в) кон'юнктурної невідповідності пропозиції рівню існуючого ринкового попиту (який проявляється в дефіциті життєвих благ необхідної кількості і якості). Наведені причини діють як своєрідний економічний примус до споживання, тобто як специфічний економічний інститут, зміст якого може бути зрозумілий як "зовнішній примус до довіри" суб'єкта кінцевого споживання.

У вирішенні питання формування інституту довіри в системі забезпечення якості споживання та захисту прав споживачів мова має, передусім, йти про використання досвіду щодо налагодження ефективної дії внутрішньо системних інститутів і механізмів консюмеризму, які спрямовані на зняття суперечностей та подолання конфліктів, що виникають у стосунках між виробниками, посередниками і кінцевими споживачами, особливо між продавцями і покупцями.

Практика показує, що у науковому забезпеченні процесів суспільної трансформації при виконанні дослідницьких робіт та відповідній популяризації положень концепції ринкового реформування, зокрема, формуванні інституту довіри в ринковому середовищі, більшість вітчизняних фахівців основний акцент роблять лише на висвітленні питань розвитку сучасного інституту "маркетингу", що забезпечує з боку підприємців-виробників формування довіри населення щодо якості споживчих товарів та послуг. При цьому, на жаль, дослідженням широкого кола питань, які пов'язані з таким поширеним у розвинених ринкових країнах явищем, як "консюмеризм", вітчизняна наука практично до цього часу приділяла недостатню увагу. Останнє відчутно

впливає на стан забезпечення захисту прав споживачів, що у подальшому неминуче позначасться на відповідних характеристиках і параметрах якості кінцевого споживання, що забезпечує задоволення потреб життєдіяльності і, у кінцевому рахунку, забезпечує зростання якості життя населення України та дозволяє забезпечити високий світовий рейтинг при визначенні індикаторів людського розвитку.

На перший погляд досить парадоксальним виглядає той факт, що в країнах розвинутої ринкової економіки розвиток консюмеризму, підвищення його економічної ваги та посилення впливу, як суспільної сили, відбувалося на тлі бурхливого розвитку маркетингу, який фактично був об'явлений діловими колами Заходу найвищою формою реалізації турботи виробників щодо задоволення потреб та інтересів споживачів і як єдина система, що спроможна реально сформувати інститут довіри у цій царині. Цю думку поділяють і представники певних кіл економічної науки Заходу, що виступають з позицій апологетики інтересів підприємців. Вони вважають маркетинг своєрідною універсальною панацеєю від усіх проявів зловживань, які можливі у стосунках між суб'єктами ринкових відносин в процесі виробництва і реалізації товарів та послуг.

Маркетинг представляється західними авторами як система, що повністю підпорядковує виробництво інтересам споживачів, і є єдиним механізмом, що має забезпечити довіру споживачів щодо якості товарів та послуг, які вони отримують в процесі ринкового обміну. Їх основна позиція полягає у тому, що не може викликати заперечень те, що на сьогодні "маркетинг", як ефективно функціонуюча ринкова система прогнозування, управління і задоволення попиту споживачів на товари та послуги необхідного асортименту і відповідної якості, значним чином сприяє покращенню якості споживання населенням життєвих благ і послуг у країнах, які досягли цивілізованого рівня ринкових стосунків та сприяє формуванню інституту довіри у цій сфері. По своїй суті маркетинг являє собою інститут сприяння довірі суб'єктів кінцевого споживання.

У той же час практика розвитку ринкових відносин засвідчує, що не слід ідеалізувати реальні потенційні можливості маркетингової діяльності в контексті формування інституту довіри, навіть якщо вона й є вагомою складовою сучасного підприємництва. Адже основною мотиваційною рисою приватного підприємництва є, і у подальшому залишатиметься, прагнення до максимізації прибутку на авансований капітал. При цьому не тільки вітчизняні, а й світові практики засвідчують, що реалізація підприємцями прагнення отримати більш високі прибутки не завжди відбувається на легітимній основі і досить часто може йти всупереч, і навіть на шкоду, інтересам і потребам споживачів. Саме тому такий вид соціально-економічної діяльності, яким є ринково-виробнича та ринково-посередницька діяльності, вимагає від суспільства створення постійно діючих та ефективних систем обліку та контролю, а також забезпечення формування і налагодження функціонування відповідних механізмів підтримки жорсткого зворотного економічного та правового зв'язку між суб'єктами ринкових відносин. Тобто таких механізмів, дія яких спрямована на забезпечення відчутного впливу широкого загалу споживачів на мотиваційну поведінку підприємців-виробників у напрямі забезпечення належної якості реалізованих товарів та послуг.

Ретроспективний аналіз засвідчує, що рух споживачів, спрямований на захист власних інтересів, стає проявом природного протесту громадян проти випадків їх дискримінації на ринку товарів та послуг з боку виробників і торгових посередників, що вкрай негативно впливало на якість споживання життєвих благ і добробут населення. Саме тому, як соціально-економічне явище, консюмеризм не лише віддзеркалює і персоніфі-

кував об'єктивні суперечності, що неминуче виникають в системі ринково-виробничих відносин (насамперед між виробництвом і споживанням), але і у подальшому сприяє їх подоланню шляхом застосування суспільно припустимих методів нормативно-правової регламентації, контролю та застосування відповідних санкцій.

Консюмеризм можна розглядати як специфічний інститут недовіри, який діалектично обумовлений потребами адекватних захисних заходів, що застосовують широкі верстви населення на все частіші випадки використання бізнесменами небезпечних для споживачів методів виробництва і реалізації товарів та послуг. Об'єднуючи представників самих широких верств населення, що протистоять монопольному диктату як споживачів їхньої продукції, консюмеризм являє собою соціально неоднорідний рух. У ньому широко представлені представники найманої праці та члени їх сімей, фермери і державні службовці, студенти та представники малого бізнесу, ін.

Консюмеризм не слід вважати історично новим явищем у процесі загального цивілізаційного розвитку та розвитку ринкової економіки, зокрема, наприклад, у Ветхому заповіті, у Книзі притч Соломона, згадується про гріхи, які пов'язані з обдурюванням споживачів [3, с. 377]. Римляни дотримувалися думки, що споживач сам повинен захищати свої власні інтереси, у той час як виробники були наділені правом спілкуватися зі споживачами будь-як, але не порушувати при цьому закон, який майже завжди був на боці виробників. Серед захисників прав споживачів, яких називали радикалами, можна назвати імена Мартіна Лютера, Джона Кальвіна, Ральфа Нейдера та ін. Деякі американські економісти вважають, що як певна суспільна сила, яка мала вплив на формування ринкових відносин, консюмеризм склався вже у кінці XIX сторіччя. Це підтверджується створенням у 1899 році в США "Національної ліги споживачів", що засвідчило загальнонаціональний характер організованого руху споживачів цієї країни.

Сам термін "консюмеризм" виник на початку 60-х років XX ст., у період підйому організованого руху американських споживачів за захист своїх прав на споживання якісних товарів та послуг. Цей рух був свідченням існування високого ступеня недовіри споживачів щодо якості товарів і послуг, які пропонувались виробниками, та об'єктивно став не лише віддзеркаленням накопичених суперечностей в системі розвинених ринкових відносин, а й необхідним та потужним засобом їх вирішення. В основній своїй масі науковці Заходу поділяють думку, що консюмеризм є соціально-економічним явищем, яке виникло внаслідок процесу діалектичного розвитку ринкових відносин як необхідний механізм усунення або пом'якшення гостроти суперечностей і конфліктів, що виникають у стосунках між основними суб'єктами ринку: покупцями і продавцями (посередниками та виробниками). "Рух споживачів", підкреслюється в одному з досліджень Л. Робінса, є продуктом економічної еволюції. Це аспект переходу від економіки виробництва до економіки споживачів, від економіки дефіциту до економіки достатку і з певними обмеженнями – від ринку продавців до ринку покупців" [4, с. 377].

У своїй сучасній інтерпретації концепція консюмеризму спрямована на ствердження і забезпечення не лише "суверенності прав споживачів", а й на відповідну "суверенність прав об'єднаного руху споживачів, що виступають на захист своїх прав щодо забезпечення необхідного рівня якості споживання життєвих благ, які отримуються шляхом ринкового обміну" [5, с. 51].

У сучасних вітчизняних виданнях можна зустріти наступні тлумачення слова "консюмеризм".

"Консюмеризм – громадський великомасштабний рух на захист інтересів споживачів... Реалізується у

формі товариств, публічних виступів, у бойкотуванні фірм, крамниць тощо. Розвиток консюмеризму мав наслідком зростання в рекламі ступеня самоконтролю, урахування вимог захисту прав споживача в усій рекламній діяльності" [6, с. 23]. "Консюмеризм – організаційний рух за розширення прав і вплив споживачів та покупців на продавців і виробників товарів і послуг, створення товариств споживачів" [7, с. 77; 8, с. 826].

Підсумовуючи необхідно зазначити, що за своїм змістом консюмеризм (від англ. *consum* – споживацтво) являє собою економічну категорію, яка характеризує систему суспільних відносин, що пов'язані та виникають в процесі організованого соціального руху громадян та адекватну йому регулюючу діяльність державних інститутів (установ, організацій та нормативно-правової системи), що спрямовані на захист інтересів споживачів, передусім у сфері розширення прав і посилення впливу покупців на виробників і продавців товарів (послуг).

Консюмеризм включає до свого поняття також відповідні економічні механізми, що на суспільному рівні гарантують забезпечення реалізації права людини на споживання якісних благ і послуг, які вона отримує в процесі ринкового обміну (у фірм-виробників, спеціалізованих продавців, та у приватних осіб, що мають право на виробництво і торгівлю товарами масового попиту).

Досвід розвитку консюмеризму засвідчує, що його організаційні форми та конкретні механізми є досить різноманітними.

По-перше, важлива роль тут належить індивідуальним захисникам прав окремих споживачів, що представляють різні суспільні верстви населення. До них, насамперед, відносяться прогресивні юристи і лікарі, вчителі та викладачі вищої школи, робітники і фермери, депутати парламентів і бізнесмени, представники релігійних кіл і студентства. Методи і характер їхньої роботи є досить різноманітними – від викриття шахрайських дій конкретних підприємців, створення певного тиску на законодавчі органи з метою прийняття законів, що мають надійно захистити споживачів, аж до організації демонстрацій і масових бойкотів окремих товарів або послуг.

По-друге, все більшого поширення в сучасних умовах набули добровільні організації споживачів, що захищають їхні права. До кола найбільш важливих завдань, що вирішують ці організації, відносяться: 1) боротьба за правдиву рекламу, за забезпечення споживачам твердих гарантій на придбані товари, а також вдосконалення системи гарантійного та сервісного обслуговування; 2) покращення роботи інформаційних служб і установ, які контролюють якість споживчих товарів; 3) перевірка якості товарів широкого попиту; 4) боротьба за встановлення виваженого рівня цін, що реально відображають раціональні витрати на виробництво товарів та послуг; 5) забезпечення членів спілки різного роду корисною для споживачів інформацією; 6) боротьба за розширення і вдосконалення чинного законодавства, яке забезпечує захист прав споживачів; 7) розробка програм подальшого розвитку руху споживачів; 8) залучення до організацій все більшого кола споживачів, що прагнуть сприяти справі захисту власних прав тощо. Фінансування діяльності добровільних спілок споживачів здійснюється, як правило, за рахунок членських внесків, пожертвувань, а також доходів, що надходять від продажу різних друкованих видань цих організацій. Репутація "незалежних від бізнесу" організації сприяє зміцненню довіри до них з боку широких верств населення.

Добровільні організації споживачів у США мають досить значну чисельність і діють не тільки в масштабах міста, району або штату, але й на національному рівні. Так, наприклад, існує "Національна ліга споживачів".

вачів", "Спілка споживачів США", "Федерація споживачів Америки", "Національна федерація об'єднань споживачів" (Франція), "Британська асоціація споживачів", яка виникла у 1957 р. й є одною з найбільш чисельних організацій у Європі.

По-третє, у другій половині XX сторіччя активізувався процес створення міжнародних організацій споживачів. Так у 1960 р. в Гаазі відбулася перша Міжнародна конференція національних організацій споживачів, на якій була утворена Міжнародна організація споживчих спілок (IOKY). Ця організація виконує функції консультативного органу при економічній та соціальній раді ООН і ЮНЕСКО. Поряд із проведенням міжнародних нарад стосовно обміну досвідом у вирішенні різних питань, що стосуються захисту інтересів споживачів, IOKY координує діяльність національних організацій споживачів, а також сприяє: 1) проведенню порівняльних іспитів товарів; 2) надає фінансову допомогу добровільним організаціям; 3) інформує своїх членів шляхом розповсюдження спеціального видання, яке охоплює різні аспекти діяльності організації, а також інші питання, що стосуються охорони прав споживачів.

Статут Міжнародної організації споживчих спілок зобов'язує своїх членів діяти виключно в інтересах споживачів, не використовувати субсидії, що надані суб'єктами торгівлі і виробництва, не друкувати на сторінках своїх періодичних видань рекламних оголошень тощо. Організаціям-членам IOKY не забороняється мати контакти з представниками різних політичних партій з метою проведення спільних акцій для вирішення питань, що стосуються покращення становища споживачів.

По-четверте, найбільш яскравим підтвердженням зростаючої сили і масштабів суспільного руху споживачів на захист своїх прав за останнє десятиріччя слугує той факт, що керівники вищої виконавчої та законодавчої влади країн, що мають розвинуту ринкову економіку, постійно тримають в полі зору питання консюмеризму. Передусім слід зазначити, що державні діячі в офіційних урядових документах постійно приділяють спеціальну увагу питанню розширення прав споживачів, необхідності посилення їх захисту від можливих проявів дискримінації з боку виробників та ринкових посередників.

У 1973 р. у рамках Європейського економічного співтовариства була затверджена спеціальна служба, що має на меті охорону навколишнього середовища і захист прав та інтересів споживачів. Ця служба розробила відповідну програму, яка була прийнята у квітні 1975 р. Програма гарантує споживачам на ринку товарів та послуг реалізацію п'яти основних прав: 1) на охорону здоров'я і безпеку споживання; 2) на охорону економічних інтересів; 3) на матеріальну і моральну компенсацію за понесені збитки (як прямі, так і опосередковані), що завдані клієнту внаслідок використання ним неякісних товарів (або споживання неякісних послуг); 4) на максимально повну та правдиву інформацію щодо реальної споживчої якості товарів (послуг) та відповідну і необхідну для клієнта у зазначеному випадку освіту; 5) бути вислуханим (зміст якого розкритий раніше). У подальшому до наведених прав (Consumers International) були додані права на: 6) задоволення базових потреб; 7) вибір; 8) здорове довкілля.

Об'єктивні обставини змусили уряди країн розвинутої ринкової економіки створити відповідну систему державних організацій, що покликані втілювати у життя політику посилення рівня охорони прав споживачів, використовуючи з цією метою не лише арсенал економічних, а також і організаційно розпорядних, соціально-психологічних і правових важелів та методів владного впливу на несумлінних та нечесних підприємців. В якості прикладу серед таких урядових організацій можуть

бути названі наступні: "Управління справедливої торгівлі" і (створений у 1973 р. урядом консерваторів) "Департамент цін і захисту прав споживачів" у Великобританії; Державний секретаріат по відносинам споживачів у Франції; "Федеральна комісія з торгівлі", "Комісія з безпеки споживчих товарів", "Управління у справах споживачів" у США. Спеціальні департаменти, що здійснюють захист прав споживачів, існують також у Німеччині, Бельгії, Данії, Італії та інших країнах світу, що мають цивілізовану ринкову економіку.

У структурі системи консюмеризму функції і права державних органів відрізняються досить великою різноманітністю. Як правило, урядові структури покликані, насамперед, розробляти нові закони, що мають забезпечувати підвищення надійності захисту прав та інтересів споживачів і процедурно та організаційно втілювати їх у життя, контролювати продаж заздалегідь визначених видів товарів, а також надавати споживачам відповідну інформаційну літературу.

Досвід ринкової трансформації в Україні засвідчує те, що питанням консюмеризму до цього часу не приділялась необхідна увага. Зокрема, практично відсутні наукові розробки із зазначеного питання, недостатньо урегульовані законодавством питання, що забезпечують захист прав вітчизняного споживача, існує слабкість самого руху споживачів та їх недостатня організованість.

Не дивно, що оцінка як самого споживчого ринку, так і стану реального захисту прав споживачів в Україні приводить до досить невтішних висновків. Адже не секрет, що у питанні захисту прав споживачів, у питанні становлення вітчизняного консюмеризму, якщо не враховувати декларативних положень законів України "Про захист прав споживачів" та "Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення" [9, 10] ми знаходимося у самій вихідній точці цього процесу.

Аналіз свідчить, що проблема існування на споживчому ринку України величезних обсягів реалізації неякісних для використання та небезпечних для здоров'я товарів масового споживання, викликана багатьма причинами і торкається усього ланцюга економічних відносин, від їх виробництва (імпорту) до ринкової реалізації.

До основних економічних причин, що змушують споживачів купувати найбільш дешеві і, в основному, неякісні товари, (здебільше закордонного виробництва), можна віднести низьку купівельну спроможність населення, а також скорочення власного виробництва якісних товарів та появи на ринку неякісних продуктів "тіньового" і особливо "чорного" виробництва та імпорту (особливо контрабандного).

Серед причин організаційного характеру головною є суттєве послаблення контролю за неякісними товарами, яке виникло внаслідок демонтажу старої і недостатнього налагодження функціонування нової системи контролю, та насамперед масштабної корупції. На цей час в Україні існує досить розгалужена державна система контролю за неякісними товарами, яка включає санітарно-епідеміологічну службу МОЗ, органи сертифікації продукції Держстандарту та інших міністерств і відомств, органи контролю Держспоживзахисту. Зокрема, в системі сертифікації державної системи сертифікації України (УкрСЕПРО) акредитовано 138 органів 17 міністерств та відомств і біля 680 випробувальних лабораторій за 32 видами продукції.

Можна навести й інші позитиви в роботі державних служб захисту прав споживачів на ринку товарів та послуг кінцевого споживання.

По-перше, була розроблена та активно реалізується програма перегляду чинних в Україні міждержавних стандартів (ГОСТ), розроблених до 1992 р., та приведення їх у відповідність до Угоди про технічні бар'єри у торгівлі Світової організації торгівлі. Мета Програми полягає у забезпеченні розвитку національної стандартизації, при-

ведення її у відповідність до вимог Угоди про технічні бар'єри в торгівлі Світової організації торгівлі та гармонізацію з європейською моделлю стандартизації.

Основними напрямками виконання зазначеної Програми є: 1) перевірка міждержавних стандартів на відповідність законодавству, інтересам держави, потребам споживачів, рівню розвитку науки і техніки, вимогам міжнародних та регіональних стандартів, положенням Угоди про технічні бар'єри у торгівлі; 2) перегляд міждержавних стандартів із внесенням змін до них, заміну їх на відповідні міжнародні або національні стандарти; 3) скасування міждержавних стандартів, які втратили актуальність, не використовуються і не відповідають вимогам чинного законодавства. Наказами Держспоживстандарту України лише у 2007 р. була скасована чинність 2417 міждержавних стандартів (ГОСТ), розроблених до 1992 року, при цьому на заміну 1973 міждержавним стандартам прийнято національні стандарти (враховуючи наказ Держспоживстандарту від 27.12.2007 №394 "Про прийняття міждержавних стандартів виду "конструкції та розміри" як національних та скасування відповідних міждержавних стандартів", яким прийнято 1888 міждержавних стандартів виду "конструкції та розміри" як національних із скасуванням відповідних міждержавних стандартів). Наказами Держспоживстандарту України 2006 р. була скасована чинність застосування у вітчизняних умовах 350 міждержавних стандартів (ГОСТ), розроблених до 1992 року. У 2007 р. технічними комітетами стандартизації України, об'єкти стандартизації яких відносяться до сфери діяльності Держспоживстандарту та за пріоритетами, визначеними Державною програмою стандартизації на 2006-2010 рр., здійснено перевірку 389 міждержавних стандартів (ГОСТ), розроблених до 1992 року.

По-друге, прийняття національних стандартів, в т.ч. національних стандартів, гармонізованих з міжнародними та європейськими. Так, наказами Держспоживстандарту 2007 р., було прийнято 1150 національних стандартів (з яких 877 гармонізованих з міжнародними та європейськими) та 1888 міждержавних стандартів виду "конструкції та розміри" як національні із скасуванням чинності в Україні відповідних міждержавних стандартів. Станом на 29.12.2007 в Україні чинними є 4565 національних стандартів, гармонізованих з міжнародними та європейськими.

Проте, незважаючи на зазначені позитиви, якість продукції на споживчому ринку залишається низькою. Однією з причин такого становища є те, що чинне законодавство дозволяє суб'єктам підприємницької діяльності, що пройшли процедуру державної реєстрації, починати виробництво продукції, не маючи на не відповідної технічної та технологічної кваліфікації, необхідних нормативних документів тощо. Останнє особливо небезпечно за умови, коли компанія "дерегуляції" економіки, що на цей час активно впроваджується у практику бізнесової діяльності, може досить негативно вплинути на ситуацію і, якщо вчасно не вжити належних заходів, призвести до зростання масових порушень прав споживачів, зокрема права на здоров'я.

Аналіз свідчить, що поява неякісних товарів на споживчому ринку України стала можливою внаслідок недосконалості і неефективності чинного законодавства, яке має різні підходи щодо регулювання питань вітчизняного виробництва і імпорту неякісної продукції. Існуючий його стан є фактично небезпечним для населення України і дискримінаційним для вітчизняного виробника. Вимоги щодо якості, безпеки харчових продуктів у чинному законодавстві сформульовані дуже загально і не мають прямої дії, фактично відсутній механізм відпові-

дальності іноземного виробника за випуск і реалізацію на українському ринку неякісної продукції, що особливо в умовах вступу України до ВТО. Як правило, в Україні відсутні уповноважені представники іноземних фірм, що мають статус юридичної особи на території України і які повинні відповідати згідно законодавства за шкоду, заподіяну здоров'ю та добробуту населення.

Останнє створює умови, коли більшість неякісної продукції надходить в Україну не з країн третього світу, а з розвинутих країн (Канади, країн Європейського союзу та інших), де вона не відповідає вимогам стандартів і технічних регламентів цих країн. Чисельні факти засвідчують, що саме під дахом країн "цивілізованої" ринкової економіки знайшли собі притулок потужні "виробничі" об'єднання, що працюють на ринки країн із "перехідною" економікою і спеціалізуються, скажімо, на випуску фальсифікованих спиртних напоїв, фальшуванню термінів випуску та переупаковці ліків та продуктів харчування, що містять прострочений термін зберігання, випускають продукцію за фальшивою франшизою тощо.

На сьогодні, основна увага споживачів і громадськості приділяється генетично модифікованим продуктам. Про "успіхи" у цій справі сьогодні свідчить те, що наклейки "без ГМО" мають майже всі групи харчових продуктів: від ковбас до мінеральних вод. Проте, за всією шумихою щодо небезпеки генетично модифікованих організмів та рослин, відбувається абсолютне відволікання уваги від проблеми, що пов'язана із застосування у технологіях виготовлення харчових продуктів гербіцидів (ядовитих хімікатів обробки насаджень) та синтетичних препаратів з маркуванням "Е" (так званих "харчових добавок").

У такому стані речей перш за все зацікавлені: 1) молекулярні генетики, що підтримують "страшилку" щодо можливих проблем ГМО, оскільки їх інтерес і кінцева мета полягає в отриманні значного державного фінансування і приватних грантів на подальші фундаментальні дослідження у цій галузі; 2) світові гігантські корпорації, що виробляють гербіциди та інсектициди і які прагнуть не допустити зменшення власних надприбутків; 3) виробники харчових продуктів, що прагнуть будь-якою ціною, навіть на шкоду здоров'я споживачів, продовжити терміни зберігання продуктів, які швидко псуються, а також надати їм зовнішньої та смакової привабливості; 4) виробники і імпортери харчових добавок і продуктів із синтетичними добавками, що продовжують беззастережну експансію своєї продукції на продуктовому ринковому сегменті.

Саме останніх особливо влаштовує відволікання уваги роздутою проблемою ГМО від кричущої проблеми застосування в харчовій індустрії синтетичних харчових добавок групи "Е". Саме ці добавки на сьогодні застосовуються у виробництві їжі з метою збільшення термінів її зберігання, штучної оптимізації її смаку, запаху і навіть консистенції.

За класифікацією (Codex Alimentarius), що розроблена Міжнародною організацією по харчовим продуктам і сільському господарству (FAO) при ООН, на сьогодні застосовується дев'ять різних класів хімічних препаратів харчових добавок. І хоча національні і світові органи нагляду і захисту прав споживачів постійно вилучають із вжитку ті хімічні сполуки, що є шкідливими для здоров'я людини, насамперед, канцерогени, проте список нових речовин що залучаються для виготовлення продуктів харчування неухильно зростає. Згідно з даними того ж FAO найбільш шкідливими можна вважати консерванти і антиокислювачі. Багато небезпечних для здоров'я добавок містять фарбники, оскільки у переважній своїй більшості вони є 100% синтетичними речовинами.

По справжньому (а не офіційно) безпечними можна вважати лише невелику кількість харчових добавок, проте навіть і їх лікарі не рекомендують вживати дітям до 5 років. До них відносяться: E100 – куркумін (фарбник), E363 – бурштинова кислота (підкислювач), E504 –

карбонат магнію (розрихлювач тіста) і E 957 – тауматин (підсолоджувач).

Узагальнений перелік реально небезпечних, проте не заборонених у Україні синтетичних харчових добавок наводиться у таблиці 1.

Таблиця 1. Узагальнений перелік реально небезпечних, проте не заборонених у Україні синтетичних харчових добавок

№ п/п	Код класу (групи) харчової добавки	Технологічне призначення дії хімічної харчової добавки	Характер впливу на організм
	E 100 –182	Фарбники (застосовуються для забезпечення привабливого кольору харчового продукту)	Небезпечні: E110, E123, E127, E129, E150, E151, E173-175; Сумнівні: E102, E104, E120, E122, E124, E141, E150, E161, E173, E180; Канцерогени: E131, E142.
	E200 – E299	Консерванти (забезпечують подовження терміну придатності харчового продукту до вживання)	Небезпечні: E210, E212, E216-219, E227, E228; Сумнівні: E241; Канцерогени: E210-217, E239; Руйнують вітамін B12: E220; Порушують діяльність шлунково-кишкового тракту: E221-226; Порушують функцію шкіри: E230, E231, E233.
	E300 – E399	Антиокислювачі (уповільнюють окислення, запобігають псуванню продуктів, за дією мають схожість із властивостями консервантів)	Небезпечні: E339-341; Канцерогени: E330; Визивають сип: E311, E312; Містять багато холестерину: E320, E321; Порушують травлення: E338, E340, E341.
	E400 – E499	Стабілізатори (забезпечують зберігання заданої консистенції продукції)	Небезпечні: E400-403, E450-452; Порушують травлення: E407, E461-463, E466, E468.
	E500 – E599	Емульгатори (підтримують певну структуру харчового продукту, по дії схожі із стабілізаторами)	Небезпечні: E521-523, E541-556, E559, E574-579.
	E600 – E699	Посилювачі смаку і аромату	Небезпечні: E620-625.
	E700 – E899	Зарезервовані номери	
	E900 – E999	Антифламінги і інші речовини	Небезпечні: E900, E912, E951, E954, E965, E967, E999.
	E1000 – і далі	Потенційне розширення списку за призначенням	Небезпечні: E1200-1202.

Джерело: розроблено і складено авторами за матеріалами вітчизняних та міжнародних наукових досліджень

Важливим напрямом відновлення інституту довіри в сфері кінцевого споживання є чітке нормативне врегулювання вимог про рівню відповідальності імпортера і виробника за неякісну продукцію та чітка регламентація положення щодо вилучення небезпечної продукції з ринку України та її подальшу утилізацію, що особливо важливо, враховуючи слабку ефективність контролю у сфері торгівлі (заборонена для продажу продукція може бути передана в іншу торговельну організацію або місцевість, чи перероблена для наступного продажу тощо).

Ситуація на споживчому ринку України свідчить про неефективність роботи наглядових органів. Інтеграція України до європейського економічного простору вимагає поступового зближення вітчизняної законодавчої і нормативної бази з відповідною базою ЄС, суттєвою особливістю якої є здійснення контролю за якістю і безпекою продукції як на стадії виробництва, так і торговельній мережі.

Потребує розробки Концепція державного контролю і нагляду за якістю і безпекою продукції в Україні. Подальшими етапами реалізації Концепції мають стати розробка комплексу відповідних законодавчих та нормативних актів, які б чітко визначили та регламентували виконання функцій у сфері державного контролю і нагляду, а також регламентували взаємодію між різними контролюючими організаціями, що мають забезпечити захист прав споживачів в Україні.

Суттєві доповнення необхідно внести до нового Кримінального кодексу. Наприклад, масовими на цей час є випадки отруєння громадян фальсифікованими алкогольними напоями що мають смертельні наслідки. Ці цифри є вражаючими, оскільки за даними офіційної статистики України смертність від випадкових отруєнь пов'язаних із вживанням небезпечних алкогольних напо-

їв протягом останніх п'яти років постійно перевищує рівень у шість-вісім тисяч чоловік на рік. Проте за цей злочин, що за змістом може бути кваліфіковане як ненавмисне вбивство, винних практично не притягають до кримінальної відповідальності, оскільки законодавством цей вид злочину до цього часу ще не є чітко визначеним.

Необхідно також вжити заходи до заборони відвантаження, реалізації, продажу на території області, міста неякісних фальсифікованих, потенційно небезпечних, без необхідної, доступної та достовірної інформації товарів, вилучення їх з обороту та утилізації. На цей час органи Держспоживзахисту наділені юридичними повноваженнями вилучати з обороту неякісну та небезпечну для споживання продукцію, проте що з нею робити ніхто не знає, оскільки відсутній процедурний механізм, який визначає подальшу долю товарів, відвантаження або реалізація яких заборонена контролюючими органами. Тому потребує термінової розробки проект нормативного акту про порядок заборони використання, утилізації та знищення недоброякісних та небезпечних для здоров'я людини та навколишнього середовища продовольчої сировини і харчових продуктів.

Потребує суттєвого вдосконалення існуюча законодавча та нормативна база, що регламентує повноваження державних органів, які здійснюють нагляд і контроль за якістю і безпекою товарів народного споживання. Мається на увазі перегляд міждержавних стандартів, які застаріли і не відповідають вимогам сьогодення. Так, діючі на цей час стандарти на продукти харчування не містять вимог щодо терміну придатності продукту до споживання, які врегульовані Законом України "Про захист прав споживачів". Це питання мають вирішувати спільно Держстандарт і Держспоживзахист.

Неузгодженою на цей час залишається взаємодія контролюючих органів, від яких залежить контроль якості та безпеки продуктів харчування в Україні. Сьогодні виробників контролюють Держстандарт і МОЗ України, а торгівлю – Держспоживзахист. Якість імпортованих товарів, що завозяться на територію України, контролюються всіма зазначеними органами, але, незважаючи на це, посправжньому надійної перепони неякісним та небезпечним товарам на кордоні немає. Оскільки діюча система сертифікації імпортованих товарів є неефективною, тому потребує розробки нормативний акт щодо єдиного порядку надходження товарів на територію України.

У подальшому мова може йти про кодифікацію законодавства, яке охоплює регулювання всього комплексу питань консюмеризму. Відповідно до Закону України "Про захист прав споживачів" (2, ст. 3) споживач має право: на державний захист своїх прав, гарантований рівень споживання, належну якість товару, безпеку товару, необхідну інформацію про товар, відшкодування матеріальних та моральних збитків, звернення до суду, об'єднання в суспільні організації споживачів. Права передбачають їх захист, і, насамперед, з боку держави, а звідси і відповідальність за порушення цих прав. Захист прав споживачів – це законодавча, адміністративна та судова охорона інтересів споживачів товарів та послуг, головним чином, від їх порушення виробниками продукції (виконавцями робіт, послуг) і продавцями. У зв'язку з цим з'явився самостійний напрям права – споживче право, яке є сукупністю норм, правил, інструкцій, спрямованих на захист прав споживачів на ринку товарів та послуг.

Підсумовуючи слід зазначити, що формування інституту довіри в Україні, який є свідченням того, що ринкова економіка набула цивілізованого рівня відносин між його суб'єктами, неможливо без реалізації принципу: "довіряй, але і перевіряй". Саме тому ретельний аналіз досвіду формування інституту довіри в системі забезпечення якості споживання та захисту прав споживачів, що є незаперечним здобутком країн цивілізованого ринку є важливою ланкою наукового забезпечення розвитку цих процесів у вітчизняних умовах в контексті загального якісного поглиблення процесу ринкового реформування та посилення соціальної відповідальності бізнесу.

1. Гесць В.М. Взаємодія довіри і розвитку // Економічна теорія. – № 3. – 2002. – С. 3-16.
2. Гриценко А.А. Развитие форм обмена, стоимости и денег. – К.: Основи, 2005. – 187 с.
3. Сатт Д. Психология потребителя. – СПб.: Питер, 2003. – 446 с. – (Практическая психология).
4. Robbins L. Political Economy: Past and Present. – New York, 1976. – 276 p.
5. The Consumer Society. – London, 1977. – 332 p.
6. Ромат Є.В. Словник основних рекламних і маркетингових термінів. – Х.: Студцентр, 2003. – 56 с. – (Бібліотека журналу "Маркетинг і реклама").
7. Герасимова С.В. Узагальнення підходів до визначення консюмеризму як соціально-економічної категорії // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 12. – С. 76-79.
8. Економічна енциклопедія: У 3 т. / Відп. ред. С.В. Мочерний – К.: Вид. центр "Академія", 2000. – Т. 1. – 864 с.
9. Закон України "Про захист прав споживачів" // Закони України. – К.: Інститут законодавства Верховної Ради України, 1996. – Т. 1. – С. 392-409.
10. Закон України "Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення" // Закони України. – К.: Інститут законодавства Верховної Ради України, 1997. – Т. 7. – С. 197-221.
11. Про соціально-економічне становище України за січень 2007 року. – К.: Державний комітет статистики України, 2007. – 120 с.

Надійшла до редколегії 08.02.11

УДК 657.631 : 311.15

Н. Ковтун, д-р екон. наук, проф.

МЕТОДИ ІНДИКАТИВНОЇ ОЦІНКИ МОЖЛИВОГО ШАХРАЙСТВА У ФІНАНСОВІЙ СФЕРІ

Здійснено узагальнення і класифікацію методів виявлення і прогнозування можливих фінансових махінацій, детально розглянуті можливості і сфера застосування цих методів і запропонована система індикативного оцінювання фінансового шахрайства.

Ключові слова: фінансове шахрайство, закон Бенфорда, економіко-статистичні методи, психофізіологічні методи.

На основе обобщения способов и приёмов выявления финансового мошенничества осуществлена классификация методов выявления и прогнозирования возможных финансовых махинаций, детально рассмотрены возможности и область применения этих методов и предложена система индикативного оценивания финансового мошенничества.

Ключевые слова: финансовое мошенничество, закон Бенфорда, экономико-статистические методы, психофизиологические методы.

The article carries out a generalization and classification of exposure and forecasting methods of possible wheeler-dealer finance. Also the article provides in detail the possibilities and scope of application of these methods and suggests the system of indicative estimation of the wheeler-dealer finance.

Keywords: wheeler-dealer finance, law of Benford, statistical methods, psychological methods.

Висловлення: "Усе таємне рано чи пізно стає явним" [1], що належить старогрецькому філософу Сократу, який жив 469 р. до н. е. і вчення якого знаменувало поворот у філософії – від розгляду природи і світу він перейшов до розгляду людини – знайшло відповідне відображення у Євангелії від Марка (гл. 4, ст. 22) і від Луки (гл. 8, ст. 17) у словах: "Бо немає нічого таємного, що не стало би явним, ні сокровенного, що не стало би відомим і не виявилось б" [2, 3]. Ідея античного філософа могла би стати базовим принципом при розробці концепції боротьби з шахрайством у фінансовій сфері. На превеликий жаль серйозних публікацій на тему індикативної оцінки можливого фінансового шахрайства у вітчизняних наукових виданнях немає. Окремі питання фінансових махінацій можна зустріти у масових публікаціях, де мова більше йде про методи боротьби, а не методи виявлення і про наслідки фінансових махінацій. В наслідок фінансового шахрайства підприємства несуть значні збитки, що наносить величезну шкоду як суспільству, так і державі. Вважається, що від 10% до

20% усіх вимог на виплату страховок фабрикуються шахрайським шляхом. В результаті, за даними New York Central Mutual, тільки у Сполучених Штатах страхова галузь втрачає близько 20 млрд дол. щорічно. За даними експертної компанії Cassidy, втрати, викликані махінаціями з кредитними картками, оцінюються в 1 млрд за рік, а за даними експертів Steele, відмивання грошей щорічно коштує державам приблизно 500 млрд. дол.

Боротися з явищами такого порядку і таких масштабів не проста задача, але цілком реальна. Зрозуміло, можна найняти цілу гвардію аудиторів-контролерів і запустити їх на пошуки можливих фінансових махінацій, але для цього потрібний величезний обсяг фінансових, матеріальних і людських ресурсів, а також багато часу. А час – це гроші. Оперативність в забезпеченні такого роду інформацією є головним чинником організації ефективного контролю і прогнозування шахрайства. В даному випадку, як ніколи, потрібен комплексний підхід у пошуку і підборі ефективної методики виявлення можливих фінансових зловживань на основі принципу сис-

темності. В основу повинен бути покладений системний підхід, який побудований на основі триєдності задачі: математична, економічна і психологічна, а це, відповідно, передбачає певні вимоги до рівня кваліфікації, знань, вмінь і навичок фахівця, діяльність якого буде спрямована на пошук можливих фінансових махінацій. На цьому і буде зосереджена наша увага в даній роботі.

Ще в середині минулого століття ревізори при перевірці документів використовували такий прийом: підраховували кількість трійок і вісімок, а також одиниць і четвірок документах. Якщо вісімок або четвірок було більше – можна було припустити, що частина з них починали своє життя трійками або одиницями відповідно, і тоді контролер озброювався лупою і арифмометром. Правду кажучи, ефективність такого методу дуже низька, але альтернатив йому практично не було [4]. Поява комп'ютерів ознаменувала перехід до нової ери – інформаційно-аналітичної. Комп'ютерне забезпечення надало можливість аналізувати великі обсяги даних.

Метою роботи є класифікація методів виявлення і прогнозування можливих фінансових махінацій на основі узагальнення способів і прийомів виявлення фінансового шахрайства, визначення можливостей і сфер застосування цих методів, пропозиції щодо системи індикативного оцінювання можливого фінансового шахрайства.

Враховуючи комплексність проблеми і використовуючи принцип триєдності задачі, всі існуючі методи виявлення можливого обману слід розділити на три групи: суто математичні; аналітичні або економіко-статистичні; психологічні.

Почнемо з математичних методів. Ще у 1881 році астроном С. Ньюкомб, працюючи з книгою таблиць логарифмів, виявив, що сторінки на початку книги заслинені сильніше, ніж інші сторінки. Така дивність спостерігалася не лише на одному конкретному екземплярі але і на більшості інших. Розмірковуючи на цю тему, Ньюкомб дійшов висновку, що це не може бути простим збігом обставин, що призвело до відкриття закону розподілу чисел. Згідно закону, якщо випадково вибрати будь-яке число з таблиці, що містить фізичні значення або статистичні дані, вірогідність того що воно буде починатися з одиниці, приблизно складає 0,301. Тільки півстоліття потому американський фізик Ф. Бенфорд вирішив піти далі. Він проаналізував довідкові дані про площі поверхні 335 річок, хімічних параметрах тисяч хімічних сполук, номерах будинків з адресного довідника, результатах бейсбольних матчів. Результатом став висновок про те, що має місце одна і та ж сама закономірність: чисел, що розпочинаються з одиниці, значно більше, ніж чисел, які розпочинаються з будь-якої іншої цифри, яка може бути виражена математично у такій спосіб [4]:

$$p = \lg(n+1) - \lg(n) \quad (1.1)$$

Ф. Бенфорд назвав цю закономірність "законом аномальних чисел", а закон, відкритий ним, отримав назву Закон Бенфорда. Однак практичного застосування він так і не знайшов, залишаючись в розряді математичних курйозів. І тільки чверть століття потому, у 1961 р., Р. Пінкхем помітив, що Закон Бенфорда працює за будь-якої одиниці виміру. Тобто, якщо ціни, виражені в гривнях, відповідають розподілу Бенфорда, то це не зміниться навіть, якщо їх перерахувати в долари, рублі або в євро. У 1986 р. фізик Д. Лемонс помітив дуже просту річ: калюж більше, ніж ставків, а ставків більше, ніж океанів. На економічній же мові Закон Бенфорда можна описати таким чином: маленьких проводок на маленькі суми більше, ніж на великі. Чому так відбувається закон не пояснює, оскільки він є емпіричним, але відбувається все саме так. На це звернув увагу й американський математик М. Нігріні відмітивши, що

Закону Бенфорда повинні дотримуватися не лише площі річок, але й числа в податкових деклараціях і дані бухгалтерського обліку. У 1997 р. Нігріні і Миттермайер розробили шість математичних тестів, заснованих на Законі Бенфорда. Ці тести першими були введені в практику міжнародною аудиторською компанією "Ернст і Янг" для аналізу і виявлення нерегулярності у діяльності проведенні аудиту [4].

Так, якщо набір даних є результатом природної течії подій, тобто присутні в природі "самі по собі" то вони відповідатимуть Закону Бенфорда. Закону Бенфорда відповідають такі послідовності:

- номери платіжних доручень від різних покупців (уся сукупність);
- суми платежів від покупців;
- суми в авансових звітах;
- залишки товарів на складах;
- номери будинків в адресах клієнтів.

Не відповідають Закону Бенфорда не природні, штучні системи:

- поштові індекси;
- номери телефонів (перші цифри – номер АТС);
- виграшні номери в лото і рулетку (тут цифри – лише символи, їх легко можна замінити, наприклад, на літери);
- будь-які об'єми даних розмір яких недостатній для застосування статистичних методів;

➤ суми платежів від покупців і об'єми замовлень, якщо продається декілька позицій однієї номенклатури.

Тести можуть проводитися як на відповідність Закону Бенфорда так і на невідповідність. Існують декілька видів тестів:

- 1) аналіз "першої цифри" і "другої цифри";
- 2) аналіз "першої і другої цифри";
- 3) аналіз "з першою по третю цифру";
- 4) аналіз "округлення";
- 5) аналіз "дублікатів" [4].

Ідея всіх тестів одна: якщо внаслідок дослідження і побудови послідовності цифр емпіричних даних виявлені значні розбіжності з еталонними значеннями, то це є сигналом на проведення спеціального дослідження, яке виявить причину появи таких розбіжностей. Тести на відповідність закону Бенфорда можуть бути застосовані: при внутрішніх розслідуваннях, податкових перевірках, зовнішньому аудиті, контролінгу, оцінці. Це дозволить виявити: шахрайство; ненавмисні помилки, що часто зустрічаються; операційну неефективність (наприклад, занадто велика кількість операцій з малими сумами); систематичні спотворення таких операційних даних, як: суми бухгалтерських проводок; суми страхових виплат; вартість гарантійного ремонту; суми виставлених рахунків; об'єми поставок; суми в податкових деклараціях.

Однак треба зауважити, що використання тестів вимагає наявності значних обсягів інформації, тобто може бути застосовано тільки на підприємствах з інтенсивною операційною діяльністю внаслідок чого утворюються великі масиви даних.

Друга група методів – це аналітичні методи. Оскільки фінансове шахрайство є дуже поширеним явищем у всьому світі, то фахівці стверджують, що більшість фінансових махінацій можна виявити тільки застосовуючи автоматизовані аналітичні методи роботи з інформацією.

Аналітичні методи можна розділити на дві групи: це традиційні і автоматизовані методи. Традиційні методи засновані на проведенні індивідуальних розслідувань з можливим застосуванням комп'ютерних технологій, а також на навчанні і підтримці клієнтів. Автоматизовані методи виявлення і запобігання шахрайству засновані на застосуванні комп'ютерних технологій, за допомогою

яких істотно полегшується підготовка звітів про так звані виняткові ситуації. У них події, що задовольняють тим або іншим заздалегідь визначеним критеріям, отримують спеціальну позначку. Наприклад, технології data mining ("засоби добичі даних"). Вони дозволяють автоматизувати і ефективніше використовувати додаткові дані, отримані з детальних звітів для виявлення і прогнозування шахрайства шляхом застосування складного і статистично достовірного аналізу [5].

Традиційні методи економічного аналізу засновані на обліці взаємозв'язку і взаємообумовленості різних економічних показників, які в умовах нормальної економічної діяльності пов'язані між собою. Взаємозв'язок показників має, як правило, усталений характер і обумовлений взаємодією економічних процесів. При скоєнні економічних злочинів взаємозв'язок і взаємообумовленість показників порушується. Економічний аналіз дозволяє розкрити причини відхилень від нормальної економічної діяльності.

Існують такі методи виявлення невідповідностей економічних показників, що використовуються для виявлення економічних злочинів:

- метод пов'язаних зіставлень;
- метод спеціальних розрахункових показників;
- метод стереотипів;
- метод скорегованих показників.

Передумовою використання методу пов'язаних зіставлень є гіпотеза про неминучість порушення взаємозв'язків між зв'язаними показниками при взаємодії події злочину з тими, що відбуваються в складній економічній системі підприємства матеріальними процесами. Протиріччя можуть бути виявлені в зміні таких пар показників: споживання електроенергії на технологічні потреби і випуск продукції; розмір прибутку і обсяг виробництва продукції; споживання сировини і випуск продукції тощо.

На основі використання ідеї пов'язаних зіставлень розроблено низку конкретних методів, що довели свою ефективність при виявленні приховання прибутків від оподаткування і відмивання грошей [6].

Метод спеціальних розрахункових показників полягає у визначенні аналітичних показників на основі звітних даних або інших джерел інформації з метою зменшити або виключити вплив чинників, пов'язаних із злочиним. Застосування цього методу засноване на наступних передумовах. Існує можливість, по-перше, виділення такого показника, який обов'язково змінюється під впливом події злочину; по-друге, розрахувати значення цього показника за умов нормально працюючого підприємства. Такий показник дістав назву спеціального розрахункового. Наявність розриву між фактичним і еталонним значеннями спеціального розрахункового показника може зв'язуватися з можливою подією злочину.

Метод стереотипів заснований на виявленні алогічних зв'язків, які отримали віддзеркалення в економічних показниках. Алогічний зв'язок в економічних показниках, що до певної міри відображає особливості певного способу скоєння злочину, позначається терміном "стереотип". Цей метод виходить з цілісного підходу до події злочину як реальної сукупності певним чином організованих дій і процесів і розрахований на пошук незвичайних залежностей між економічними показниками які відбивають внутрішню структуру і зовнішні зв'язки події злочину і досить рідко зустрічаються в звичайних умовах економічної діяльності.

Метод скорегованих показників полягає в зіставленні економічних показників з чинниками зовнішнього середовища, в якому функціонує це підприємство. Цей метод

може бути використаний при порівнянні цін, тарифів, по яких реалізуються товари з середньо ринковими.

Автоматизовані методи добичі даних передбачають використання засобів добичі даних і принципово відрізняються від традиційних, оскільки далеко виходять за рамки простих звітів про виняткові ситуації. Ці засоби виявляють підозрілі випадки на основі моделей ситуацій, що дозволяють зробити імовірнісне припущення про шахрайство. До таких випадків належать:

- незвичайні величини даних, яким-небудь чином що відрізняються від норми.
 - незвичайні взаємозалежності між величинами даних або записами.
 - зміни в поведінці контрагентів.
- Побудова моделей ситуацій базується на статистичних методах аналізу інформації таких як:
- аналіз викидів;
 - виявлення незвичайних значень;
 - виявлення незвичайних залежностей.

При аналізі викидів для їх виявлення в черзі змінних, що неперервно змінюються, може бути застосовано співставлення середнього значення і стандартного відхилення, а також представлення даних у вигляді різних графіків і діаграм.

Виявлення незвичайних записів досягається за рахунок порівняння їх з даними референтної групи, що були спеціально забрані. Тут слід бути дуже обережним при підборі референтної групи, щоб не допустити непорівнянності даних внаслідок нерепрезентативності референтної групи.

На наявність незвичайних залежностей можуть вказувати дві або більше записи, що мають однакові значення деяких змінних. Наприклад, записи про угоди, в яких беруть участь компанії з різними іменами, але однаковими адресами. Чи записи про угоди з різними земельними ділянками, але з одними і тими ж покупцями, продавцями і агентами.

Пошук записів, що майже дублюються, тобто таких записів, змінні в яких – за наявності можливих незначних відмінностей – містять в основному ідентичну інформацію.

Якщо в ланцюжку записів відстежується певна логіка, наприклад, у інсценованих дорожньо-транспортних подіях, методи виявлення шахрайства вимагають чіткої ідентифікації взаємозв'язку між записами. У простому варіанті цей взаємозв'язок може виражатися в конкретному записі, як у випадку коли жертви ДТП зверталися по допомогу до одного і того ж самого лікаря.

Виявлення численних проміжних записів. Характерний приклад: група людей послідовно перепродає удома один одному за все вищою ціною. Ця операція може служити підготовчим етапом для отримання фіктивної застави або страховки нерухомості.

Реалізація цих методів можлива лише за умов автоматизації процесу. Наприклад продуктів SAS – засобів, які дозволяють виявити і запобігти шахрайству. SAS Institute – це міжнародна компанія, одна з основних розробників аналітичного програмного забезпечення і рішень класу Business Intelligence. Компанія SAS заснована в 1976 році. Спочатку назва SAS – це акронім від Statistical Analysis System, яка з часом стала використовуватися в якості власного імені як самої компанії, так і її продуктів тих, які вже давно вийшли за межі простих інструментів статистичного аналізу. За допомогою цих продуктів можна також здійснювати імовірнісну оцінку можливості шахрайства, застосовуючи складні і ефективні статистичні і математичні методи. Для цього на підставі характеристик отриманих після ідентифікації конкретних випадків шахрайства, складається "інфор-

маційний портрет" для кожного типу шахрайства, який потім використовується для виявлення і запобігання потенційним шахрайствам.

Для оцінки специфічних даних що дозволяють підозрювати шахрайство, застосовуються прогностичні методи. Залежно від вибраного типу аналізу, прогнози бувають чисельними або текстовими.

По мірі накопичення прогностичних "моделей" шахрайства проводять оцінку інформації вже накопиченою у базах даних, на предмет виявлення шахрайських транзакцій, не встановлених раніше. Крім того, функція прогнозу може використовуватися в режимі реального часу для виявлення шахрайської транзакції напередодні або в момент її проведення.

Оперативність і вірогідність виявлення шахрайства збільшується синхронно зі зростанням об'ємів даних, а тому повинна випереджати розвиток технологій шахрайства. Томас Бокль казав: "Істинне знання полягає не в знайомстві з фактами, які роблять людину лише педантом, а у використанні фактів, що робить його філософом".

Не менш ефективним додатковим засобом, а іноді і визначальним є психофізіологічні методи виявлення обману. За словами Поля Декурселя: "Рум'янець – це ліврея скромності, соромливості і... брехні". Там, де не працює математика або є певні обмеження у застосуванні аналітичних методів дуже потужною зброєю виступає психологія обману.

Всі психофізіологічні методи діляться на дві групи: 1) невербальні методи; 2) вербальні методи.

Невербальний рівень включає аналіз міміки, жестів, мікрорухів і зовнішніх проявів діяльності внутрішніх органів. Вербальний включає як логічний аналіз отриманої інформації, так і співвідношення вимовних слів з сигналами невербального рівня.

З давнини люди намагалися, вивчаючи міміку, робити висновки про думки людини. Вважалося, що досить повну і правдиву інформацію про наміри людини може дати спостереження за його очима. Наприклад, от як описує Омеляна Пугачова молодий Грін'юв в повісті А.С. Пушкіна "Капітанська донька": "...живі великі очі так і бігали. Обличчя його мало досить приємний вираз, але крутіське". Таким чином, бігаючи очі вважалися ознакою нещирості і схильності до обману.

При цьому потрібно пам'ятати, що незважаючи на усе своє різноманіття, міміка все ж таки бідніше за спектр людських думок і переживань, а це означає, що один і той самий вираз обличчя може відповідати різним душевним станам і мати різні тлумачення. Візьмемо, наприклад, вислів "жмурити (зжурити, примружити) очі". Воно має декілька тлумачень: вираження хитрості; презирство, невдоволення або роздратування; недовіру.

Ці приклади з книги А.А. Акишина та ін. "Жести і міміка в російській мові", доводять, що правильне тлумачення душевних переживань людини можливе тільки на підставі аналізу сукупності усієї його міміки, жестів, тембру голосу, ритму дихання та інших невербальних сигналів [8].

Сказана брехня може супроводжуватися характерними жестами. Так жест "прикриття рота рукою" найвиразніше проявляється у маленьких дітей, але він має місце й у дорослих, правда у видозміненій формі: у вигляді дотику до куточків губ або носа. Алан Піз пише: "Якщо цей жест використовується людиною у момент мови, це свідчить про те що він говорить неправду. Проте якщо він прикриває рот рукою у той момент, коли він говорить, а він слухає, це означає, що він відчуває, як ви брешете" [9].

Інший психолог – Десмонд Моріс, помітив, що брехня викликає відчуття свербіння в ніжних м'язових тка-

нинах. Можливо, саме тому деякі люди відтягують комірець сорочки, коли вони брешуть і підозрюють, що їх обман розкритий.

А. Піз ставить питання: чи "можлива підробка мови тіла"? Відповідь на це питання – ні, оскільки в цьому випадку людину видає відсутність конгруентності (повної відповідності) між жестами, мікросигналами організму і сказаними словами.

Дослідження із застосуванням уповільненої кінозйомки показали, що ці мікрожести проявляються тільки частку секунди і помітити їх можуть або фахівці з комунікації або люди з добре розвинутою інтуїцією. Проте більшість з нас на підсвідомому рівні можуть помічати невідповідність між вербальною і невербальною інформацією, і проблема полягає лише у усвідомленні і інтерпретації цього факту.

Цей випадок, описаний С. Кульком в книзі "Коли духи відступають", стався на острові Мадагаскар. В одному племені сталося убивство. Підозрюваних були близько трьох десятків. Для пошуку вбивці був запрошений відомий в окрузі чаклун. Чаклун вишикував підозрюваних перед вогнищем, скрутив ший червоному півню, обскуб його, спалив пір'я, а тушку обмазав білим попелом, оголосивши що той, хто винен в смерті захворіє і помре, доторкнувшись до півня. Потім він обійшов усіх підозрюваних, кожен з яких поклав руку на півня. Далі чаклун наказав убити білу курку, а її кров'ю обмазав собі обличчя. Знову обійшов шеренгу, наказавши витягнути руки долонями догори, повернувся до вогнища, сів на землю спиною до присутніх і гадав на камінчиках і кістках більше години. Після чого сказав, що винні двоє і назвав їх. Один зізнався, а другий припустився тікати, підтвердивши цим свою провину. Насправді усі магічні маніпуляції чаклун робив про людське око. Секрет полягав у півні, який був обмазаний попелом. Ті, хто не були винні, доторкнулися до півня, і на їх пальцях залишався білий слід, а вбивці, налякані чаклуном, тільки робили вигляд, що торкаються тушки, і руки їх залишилися чистими. Дійсно правий був Конфуцій, коли говорив: "Хочеш підкорити собі народ – замуч його ритуалами".

Таким чином, на сьогодні існує цілий спектр методів і прийомів, які дозволяють виявити фінансові махінації. Методи виявлення можливого шахрайства у фінансовій сфері можна розділити на три групи: математичні, аналітичні і психофізіологічні. Однак лише комплексне їх застосування на принципах системного підходу забезпечує належний ефект і дає можливість не лише виявляти, а і прогнозувати шахрайство у фінансовій сфері.

Так, Закон Бенфорда дозволяє не лише відшукати аномалії в статичних даних, але й організувати постійний моніторинг операційної діяльності як у вартісних, так і в натуральних величинах. Цей закон є формальним, а тому усі перевірки можуть бути повністю автоматизовані. Це дозволяє перевіряти достовірність абсолютно усіх операційних даних без залучення додаткових людських ресурсів. Аналітичні методи виявлення і запобігання шахрайству засновані на застосуванні комп'ютерних технологій, що дозволяє автоматизувати процедуру пошуку, а також ефективно використовувати додаткові дані для виявлення і прогнозування шахрайства на базі методів статистичного аналізу. І врешті решт, психофізіологічні методи є додатковим ефективним засобом виявлення обману із застосування вербальних і невербальних технологій, які ґрунтуються на принципі, що, як правило, людину, яка намагається щось приховати, викривають не стільки проникливі слідчі або хитромудрі прилади, скільки його власний страх, який з головою видає обман.

1. Высказывания Сократа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cirota.ru/forum/view.php?subj=86211/> – Назва з екрана. 2. Новый Завет. Евангелие от Марка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://fictionbook.ru/author/zavet_noviyyi/evangelie_ot_marka/read_online.html?page=1/ – Назва з екрана. 3. Евангелие от Луки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://biblia.org.ua/bibliya/lk.html/> – Назва з екрана. 4. Аномальные цифры финансовых махинаций. Антон Бурцев [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.buhgaleria.ru/article/2522/> – Назва з екрана. 5. Ищите необыкновенное в обыкновенном. Инна Андреева [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cfin.ru/press/boss/2002-08/25.shtml/> – Назва з екрана. 6. Танасевич В.Г., Орлов Я.В., Шрага И.Л. Проблемы выявления хищений // Вопросы борьбы с преступностью. – Вып. 23. – М.: 1975. – 103 с. 7. Коттке К. "Грязные" деньги – что это такое?: Справочник по налоговому законодательству в области "грязных" денег. – М.: Издательство "Дело и Сервис", 1998. – 466 с. 8. Акишина А.А., Кано Х., Акишина Т. Е. Жесты и мимика в русской речи. Лингвострановедческий словарь. – М.: Красанд, 2010. – 152 с. 9. А. Пиз. Язык телодвижений. Как читать мысли окружающих по их жестам [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lib.rus.ec/b/76776/read/> – Назва з екрана.

Надійшла до редколегії 08.02.11

УДК 316.3; 316.42

Г. Филук, д-р екон. наук, доц.

КОНКУРЕНТНО-МОНОПОЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Досліджено діалектику взаємодії конкуренції і монополії в економічній системі в умовах глобалізації. Розкрито економічні наслідки такої взаємодії.

Ключові слова: конкуренція, монополія, ринкова структура, глобалізація, конкурентне суперництво.

Исследована диалектика взаимодействия конкуренции и монополии в экономической системе в условиях глобализации. Раскрыты экономические последствия такого взаимодействия.

Ключевые слова: конкуренция, монополия, рыночная структура, глобализация.

The paper examines dialectics of interaction between competition and monopoly in economic system under globalization conditions. Economic consequences of this interaction are exposed.

Keywords: competition, monopoly, market structure, competitive rivalry, globalization.

Актуальність поставленої проблеми полягає в тому, що, глобалізація економіки зумовлює зміну характеру взаємодії окремих економічних одиниць на всіх рівнях господарювання – від суперництва до співробітництва між собою та із своїм зовнішнім оточенням, і навпаки. Це об'єктивно спричиняє зміну специфіки, причин і закономірностей прояву конкуренції і монополії, їх трансформацію.

Проблематика конкуренції і монополії в економічній системі порушується такими визнаними вітчизняними фахівцями як В. Базилевич, А. Ігнатюк, О. Костусев, В. Лагутін, Ю. Уманців, А. Чухно та ін. Віддаючи належне напрацюванням цих вчених-економістів, слід зазначити, що динаміка глобалізаційних процесів, складність та поглиблення глобалізаційних змін потребують переосмислення, зокрема, і таких феноменів економічного життя суспільства як конкуренція і монополія в їх нерозривному зв'язку та взаємодії.

Мета дослідження – розкрити причини та природу особливостей прояву конкурентно-монопольних тенденцій, особливості їх трансформації в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу почнемо з того, що взаємодія між конкуренцією та монополією, їх трансформація одна в іншу, набувають наступних специфічних форм та особливостей.

1. Конкуренція втрачає класичні форми і стає глобальною за характером. Вона вже не заохочує тих, хто відстає, не спонукає їх до нарощування порівняльних переваг, як це було до 70-х років ХХ ст., а знищує багатьох із тих, хто за інших умов мав би можливість вижити. За свідченнями дослідників, у сучасній економіці чітко простежується перехід від використання порівняльних переваг, зумовлених низькими затратами на робочу силу і природні ресурси, до конкурентних переваг, які ґрунтуються на розвинутому інноваційному середовищі, нових організаційно-інституційних формах, унікальних товарах і технологіях, що вимагає розробки відповідних інструментів забезпечення конкурентоспроможності [1, с. 32]. Причому це стосується не тільки підприємницьких структур, але й цілих країн. Відповідно, мірилом ефективності внутрішньої економіки стає її конкурентоспроможність на світовому ринку. Сьогодні спостерігається загострення конкурентної боротьби між окремими державами, яка, на перший погляд, виступає наслідком тих чи інших політичних рішень, хоча насправді головні причини – економічні [2, с. 82–92].

Тим часом немає підстав вважати, що світова економіка в тенденції однозначно прямує до ринку вільної конкуренції. Системна конкуренція породжує нові, окрім долара, сильні світові валюти, на основі яких формуються нові регіональні центри світової економіки. Відповідно, системна конкуренція здійснюється на загальному фоні рівноваги курсів світових валют. Звідси можливість акцентування різних конкурентних компонентів всередині зон світової економіки, що роблять ці зони досить стійкими. Завдяки такій стійкості світовий ринок долає монополію розвинутих країн, формуючи олігопольні структури.

Відмітною рисою сучасної глобальної економіки стає міжнародна кооперація, яка характеризується не тільки здатністю господарюючих суб'єктів до об'єднання. За певних умов вона може виконувати цілком протилежну функцію – роз'єднання. Як підкреслював російський економіст П. Зав'ялов, "міжнародна кооперація слугує вагомою зброєю конкурентної боротьби між промисловими монополіями різних країн. Будучи за своєю об'єктивною природою засобом об'єднання зусиль виробництва, яке дедалі більше диференціюється для досягнення спільних кінцевих результатів, кооперація в умовах капіталізму нерідко перетворюється на свою протилежність, посилюючи процеси роз'єднання виробників різних країн, вона веде до жорсткої конкурентної боротьби" [3, с. 3].

2. Трансформуються механізми конкуренції, її форми і методи. Лібералізація національних економік та інтенсифікація процесів глобалізації призводять до модифікації форм і методів конкуренції, її переходу від внутрішньогалузевої, предметної та міжфірмової форм до функціональної міжгалузевої, а згодом і до міжрегіональної та міжнародної. Як результат це веде до глобалізації форм і масштабів конкуренції, до трансформації національних ринків у єдиний глобальний ринок. З останньої чверті ХХ ст. цінова конкуренція існує лише на ринку сировинних товарів (продукції добувних галузей та сільського господарства). На інших ринках панує нецінова конкуренція, яка стає найперспективнішим методом глобальної конкурентної боротьби. Конкуренція за якість продукції практично переносить центр ваги у суперництві компаній до сфери НДПКР, що надає конкурентному процесові характеру небаченої нерівномірності і суперечливості. Це суперництво, з одного боку, охоплює насамперед,

наукові галузі, а з іншого, – відбувається "виштовхування" традиційних виробництв (енерго-, матеріало- і трудомістких, а також екологонеєфективних). На сучасному етапі з'являються нові параметри конкурентоспроможності товарів – екологічність, естетичність, енергомісткість, та ін. [4, с. 15].

Слід також підкреслити, що глобальна конкуренція, яка розвивається протягом останніх років в межах єдиного світового ринку, усуваючи внутрішні бар'єри ринку, діалектично починає заперечувати сама себе, породжуючи монополії. Останні є тим більшими і тим сильніше впливають на ринок, чим досконалішою з формальної точки зору є вихідне (початкове) конкурентне середовище.

3. Розширюється і поглиблюється співробітництво між ТНК – основними структурними елементами глобального ринку. У світовій економіці кінця XX – початку XIX ст. не тільки збільшилася питома вага ТНК завдяки перевагам, якими вони володіють, але й змінюється та підвищується їх міжнародний вплив. Зокрема, за 30 років кількість ТНК збільшилася майже у 9 разів (якщо у 1969 р. у світі функціонувало менше 7 тис. ТНК, у 2002 р. – 61 тис., то у 2007 р. – 65 тис.) [5, с. 5]. Співробітництво між ними проявляється у різних формах: традиційні картелі; так звані "карусельні" угоди; угоди про спільне використання збутових систем; та ін. Як уже зазначалося, вагомим стимулом до міжфірмового співробітництва між такими компаніями є сфера НДПКР, оскільки в умовах інформаційно-технологічної революції конкуренція пов'язана для них з великими ризиками. Затрати на НДПКР іноді бувають настільки значними, що стають непосильними навіть для гігантських ТНК, тим більше, що подібні дослідження не завжди забезпечують очікуваний комерційний успіх через високий ступінь супутніх ризиків і непередбачуваність результатів. Тому виникає потреба в якомог повнішому розподілі затрат на здобуття нового наукового знання та освоєння передових технологій. З цієї причини було реалізовано ідею створення національних та міжнародних стратегічних альянсів як форми науково-технологічної кооперації між промисловими компаніями різних країн [6, с. 7]. Мета таких альянсів – розвивати і просувати на ринку нові технології, використовуючи порівняльні переваги філій ТНК у різних країнах. Такі альянси стали своєрідною адаптацією до конкуренції, оскільки при спільному інвестуванні не тільки знижуються ризики, але й інтенсифікуються інтеграція світового господарства, взаємоприспосовування та об'єднання національних економік.

Аналізуючи глобальні процеси, американський учений Д. Кортен зазначає: "На сформованому глобальному ринку поширена думка, що на міжнародних ринках у жорсткій боротьбі зійшлися корпоративні гіганти США, Японії і Європи. Це уявлення дедалі більше є схожим на міф, що приховує, до якої міри декілька корпорацій зміцнюють свою колективну монополю владу на ринку за допомогою "спільних підприємств і стратегічних альянсів зі своїми головними суперниками. Завдяки таким угодам фірми спільно користуються доступом до спеціальних знань, технологій, виробничих потужностей і ринків; вони розподіляють на всіх затрати і ризики дослідницької роботи та розробки нових виробів, а також управляють конкурентними відносинами зі своїми головними потенціальними суперниками" [7, с. 14].

Цей цікавий момент дістає своє логічне обґрунтування у тезах нової парадигми сучасного бізнесу, окресленої у відомій книзі Г. Хеймела і С. Прахалада "Конкуруючи за майбутнє" [8, с. 14]. Одне з положень нових стратегічних настанов, які стосуються суті

сучасної та майбутньої конкуренції, передбачає розглядати "конкуренцію не тільки як узагальнене існування (буття)", але й "конкуренцію як коаліцію".

Сьогодні ТНК головним чином формують світовий ринок, переносячи значну частину виробництва за межі окремої країни, що дає їм можливість використовувати ресурси і конкурентні переваги багатьох країн. Така ситуація супроводжується виникненням і зміцненням відносин взаємодії та співробітництва між підприємствами, не властивих "нормальній" конкуренції з її антагонізмом.

4. Докорінно змінюється роль багатьох компаній-монополістів. На рубежі XIX і XX ст. традиційним було прагнення монопольних структур гальмувати розвиток науково-технічного прогресу, щоб не допустити зниження ринкових цін на власну продукцію. Сьогодні ж гальмування ними розвитку технічного прогресу є швидше винятком із правила, аніж правилом. В умовах інформаційної економіки монополісти не тільки не перешкоджають створенню науково-технологічних новинок, але й "ведуть гру на випередження", тобто ставлять перед собою завдання бути піонерами у цій сфері, усвідомлюючи, що саме впровадження нових технологій і продуктів є однією з причин здобуття і утримання монопольної влади. Тому, на наш погляд, дискусійною видається теза, що "конкуренція за якість товарів відходить у минуле" [9, с. 15]. Сучасна економічна наука вказує також на "новий момент" конкуренції – гонитва потреб та їх глобальне силове формування, зокрема й через вплив на масову свідомість. Проблема тут полягає в тому, що для зміцнення свого становища на глобальному ринку глобальні монополісти інвестують великі кошти для "створення" нових форм попиту, продукують необґрунтоване, нерациональне нарощування його масштабів навіть у неплатоспроможних країнах.

5. Поглиблюється співробітництво між національними державами та міжнародними монополістичними об'єднаннями і ТНК. Конкретні форми такого симбіозу є різними, але механізм реалізації дуже схожий: з одного боку, держави вступаючи у взаємодію з транснаціональним капіталом, використовують його в боротьбі з іншими країнами; з іншого боку, посилюється вплив ТНК на економічні рішення і політику урядів у їх інтересах. Таке співробітництво проявляється також у тому, що: по-перше, у багатьох розвинутих країнах уряд надає національним монополіям допомогу в освоєнні новітніх науково-технологічних досягнень, з виділенням спеціальних субсидій для стимулювання найперспективніших високотехнологічних виробництв у надії на їх лідерство на світових ринках, а також допомогу в підготовці наукових та інженерних кадрів, забезпечує їх іншими економічними перевагами; по-друге, уряди країн захищають інвестиції власних ТНК за кордоном шляхом укладання двосторонніх угод про уникнення подвійного оподаткування, протидіють їх експропріації та націоналізації, укладають угоди про гарантію капіталовкладень і про охорону інтелектуальної власності; по-третє, уряди промислово розвинутих країн укладають також двох- та багатосторонні міждержавні угоди, в яких законодавчо оформляються відносини щодо подальшої лібералізації торгівлі та інвестиційного режиму; по-четверте, на міжурядовому рівні широко використовуються прямі канали дипломатичного та інформаційного впливу в інтересах корпорацій військово-промислових та інших комплексів.

Перелічені фактори є свідченням тому, що сьогодні існують вагомні економічні стимули до посилення монополізації ринків, до подальшого розвитку відносин

взаємодії та співробітництва замість конкуренції. Ймовірно, саме ці нові відносини стануть визначальними у майбутньому. Проте, як уже зазначалося, сучасна тенденція до взаємодії та співробітництва супроводжується контртенденцією, яка проявляється у посиленні агресивності конкурентних відносин наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст.

6. З'являються нові форми взаємодії конкурентних і монопольних сил, зумовлені розвитком інформаційно-технологічної революції. З одного боку, компанії, що лідирують в одних галузях і володіють перевагами "першого ходу" (наприклад, "IBM", "Microsoft", "Intel" та ін.), дістають можливість зміцнити своє економічне становище за рахунок освоєння нових ринків. Яскравим свідченням сказаному може стати стрімке зростання у світі філій ТНК: якщо після Другої світової війни ТНК створювали близько 100 іноземних філій за рік, то тепер – майже в 1000 разів більше [10, с. 85]. Глобальні мережі "дозволяють ТНК дедалі більше діяти й думати у поняттях глобального ринку та зростати завдяки інвестиціям, партнерствам і придбанням як у межах, так і за межами своїх країн" [9, с. 22]. З іншого боку, масштаби конкуренції між фірмами розширюються до світових, зростає різноманіття вибору форм економічних взаємодій. З'являються можливості для зростання економічної могутності не тільки найбільших, але й невеликих підприємств.

Самі компанії, вибираючи той чи інший тип поведінки, впливають на ринкову структуру, посилюючи або монопольні, або конкурентні тенденції. Залежно від типу середовища, в якому функціонують фірми, тактика їх взаємодії з конкурентами може змінюватися. Так, в одних ситуаціях вони жорстко конкурують між собою, в інших – ті ж самі фірми виступають партнерами. Наприклад, компанії "Sony" і "Microsoft" конкурують на ринку побутової електроніки, яка управляється комп'ютерами, але здійснюють співробітництво у сфері Інтернет-телефонії. Так само компанії "Renault" і "Nissan" поділяють між собою ринки: "Renault" – функціонує в Європі, "Nissan" – у США і Японії, але на окремих ринках вони конкурують. Нерідко компанії встановлюють партнерські відносини для того, щоб досягти економії на масштабі виробництва при виготовленні окремого комплекуючого або при здійсненні обмеженої стадії виробничого процесу, вступають в інтеграційні альянси. Спільно виготовленими елементами укомплектовуються власні продукти компаній-партнерів, і нерідко ці продукти є безпосередніми конкурентами на ринку. Наприклад, компанії "Volkswagen" і "Renault" спільно виготовляють коробку передач, якою потім укомплектовуються різні моделі цих двох автомобільних компаній. І той факт, що автомобіль "Golf" компанії "Volkswagen" оснащений тією самою коробкою передач, що й "R19" фірми "Renault", не усуває прямої та жорсткої конкуренції між цими моделями. Таким чином, незважаючи на кооперацію між компаніями в рамках одного виробничого етапу, вони й надалі залишаються конкурентами, і тільки ринок виступає суддею в їх конкурентній суперечці.

7. Активно формуються та розвивають кластери. Кластери виступають одним з факторів перетворення конкуренції на інтеграційну кооперацію. На думку М. Портера, в умовах глобалізації традиційний поділ економіки на сектори або галузі втрачає свою актуальність. Натомість активізується формування системи мережових кластерів – локальних, регіональних, національних, транскордонних і трансконтинентальних. Як зазначають автори монографії "Стратегічні виклики ХХІ століття суспільству та

економіці України", у ХХІ ст. ця тенденція стає головним фактором, який визначає територіальні принципи й системи управління та організації економіки у конкретних країнах, на окремих континентах та у світі в цілому. Прояви регіональної та територіальної конкуренції стали настільки значними і вагомими, що ні національні, ні регіональні, ні місцеві органи влади, ні підприємницькі структури вже не можуть ігнорувати їх чи нехтувати ними [11, с. 244].

Першою країною, яка раніше, ніж інші, почала займатися питаннями розвитку регіональних економік з використанням кластерного підходу, були США. Класичним прикладом кластера, що стрімко розвивається і має глобальну конкурентоспроможність, є "Силіконова долина", заснована у 1990 р. завдяки зусиллям місцевої влади та працівників Стенфордського університету. Такі штати, як Аризона, Каліфорнія, Коннектикут, Флорида, Міннесота, Північна Кароліна, Огайо, Вашингтон, прийняли ряд відповідних програм розвитку і стали лідерами у створенні кластерів.

На сучасному етапі кластерна політика з успіхом застосовується на рівні окремих держав і регіонів ЄС. Найвідомішими є Швейцарський кластер у банківській та годинниковій сферах, фінансовий кластер у лондонському районі Сіті, а також модельний – у Мілані та Парижі. Широко можливі кластерного підходу, здатного вивести країну в лідери за показником глобальної конкурентоспроможності, демонструє Фінляндія. Створені в цій країні ІТ-телекомівський кластер і "Medipolis" є світовими лідерами у відповідних галузях. Сьогодні у світі бурхливо розвиваються такі новітні кластери, як "Новий Детройт" (штат Алабама), Шанхайський, "Силіконове болото" у районі Кембриджа, хайтек-кластер.

8. Змінюються форми взаємовідносин малого і середнього бізнесу з великими компаніями. Існують статистичні дані, які свідчать про бурхливий розвиток малого бізнесу і навіть про збільшення протягом останнього десятиріччя його питомої ваги в економіці. Так, в останні роки у розвинутих країнах Центральної та Східної Європи питома вага малого бізнесу (компаній з чисельністю працюючих до 50 осіб) у загальному обсягу виробництва збільшилася до 30–40%, а в зайнятості – до 20–50%, що приблизно відповідає стандартному рівню розвинутих країн світу. Наприклад, в Угорщині ці показники становлять, відповідно, 46,5% і 53,1%, в Литві – 41,8% і 43,1%, у Латвії – 39,8% і 41,1%, у Хорватії – 26,7% і 34,9% [12, с. 31].

Тим часом, у західних країнах більшість малих підприємств не може існувати без великих компаній. Практика цих держав демонструє: малий бізнес сьогодні – не стільки предтеча великого бізнесу (як було в минулому), скільки похідна від нього. На сучасному етапі роль, ареали поширення і перспективи розвитку малого підприємництва вирішальним чином визначаються його інтеграцією у різноманітних формах (контрактно-підрядних, лізингових, франчайзингових, пов'язаних з венчурним фінансуванням та ін.) з великомасштабним ядром національних економік індустріальних держав. Наприклад, американська компанія "General Motors" має у своєму складі, крім майже 50 дочірніх підприємств, також велику кількість залежних і асоційованих компаній, близько 45 тис. компаній-субпідрядників, з яких, принаймні, 40% належить до сфери малого бізнесу. Макроекономічним свідченням похідності малого бізнесу від великого, без сумніву, слугує вага допомоги першому з боку центральних урядів. Зрозуміло, що джерелом коштів, які виділяються державою на відповідні цілі, є, зокрема, податкові надходження від великих корпорацій.

Таким чином, сучасний етап розвитку економічних систем характеризується співіснуванням і тісним переплетенням конкуренції та монополії, а також взаємною трансформацією конкуренції та монополії. Рівень і стан розвитку економічної конкуренції визначаються не відсутністю монополій, а певним кількісним співвідношенням між секторами, в яких домінують конкурентні відносини, та монополізованими секторами економіки.

Перспективи подальших наукових досліджень пов'язані з необхідністю визначення дієвих заходів та ефективних інструментів державного регулювання конкурентно-монопольних тенденцій на внутрішніх ринках країн з метою забезпечення реалізації позитивних ефектів та недопущення зловживання монополією владою з боку окремих ТНК, сприяння підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних компаній на внутрішньому та зовнішньому ринках.

1. Лисина М. І. Трансформація умов конкуренції в сучасній економіці // Проблеми теорії і практики управління. – 2005. – №4. –

С. 25–32. 2. Шнипко О. С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації / О. Шнипко – К.: Наукова думка, 2003. – 334 с. 3. Завьялов П. Кооперация в мире капитала: международные аспекты промышленного кооперирования – М., 1979. – С. 240. 4. Білорус О. Г., Лук'яненко Д. Г. Глобальні трансформації і стратегії розвитку. – К., 1998. – 233 с. 5. Хусаинов Б. Д., Наметша А. С., Сабиров А. С. Транснаціональні корпорації в глобальній економіці: тенденції розвитку [Електронний ресурс]. // Режим доступу: <http://www.kisi.kz/img/docs/1289.pdf>. – Назва з екрана. 6. Managing the World Economy. The Consequences of Corporate Alliances. – New York, 1997. – р. 396. 7. Кортен Д. Когда корпорации правят миром – СПб.: Агентство "ВиТ принт", 2002. – 328 с. 8. Hamel G., Prahalad C. Competing for the future. – Harvard Business School Press, 1996. – 384 p. 9. Глобальна конкуренція в умовах однополюсного глобалізму: Матеріали Міжнародної науково-теоретичної конференції / Відп. редактор О. Г. Білорус. – К.: Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України, 2004. – 54 с. 10. Зянько В. Глобалізація та інноваційний процес: їхній взаємовплив // Економіка України. – 2006. – № 2. – С. 84–89. 11. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України: в 3 т. / Т. 3: Конкурентоспроможність української економіки / За ред. акад. НАН України В. Гейця, акад. НАН України В. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б. Кваснюка – К.: Фенікс, 2007. – 556 с. 12. Райская Н., Сергиенко Я., Френкель А. Государство, инновации и развитие экономики // Мировая экономика и международные отношения. – 2006. – № 10. – С. 27–33.

Надійшла до редколегії 08.02.11

УДК 339.9

А. Ігнатюк, д-р екон. наук, доц.

ІНСТИТУЦІЙНО-ОРГАНІЗАЦІЙНА СИСТЕМА РЕГУЛЮВАННЯ СВІТОВИХ ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ

У роботі проаналізовано складові інституційно-організаційної системи регулювання галузевих ринків, а саме сукупність міждержавних угод, правових, нормативних актів, організаційної інфраструктури забезпечення дотримання й розвитку зазначених угод, неурядових організацій.

Ключові слова: інституційно-організаційної системи регулювання, галузеві ринки, СОТ, ЮНКТАД, міжурядові організації.

Сделан анализ составляющих институционально-организационной системы регулирования мировых отраслевых рынков, а именно совокупность межгосударственных договоров, правовых, нормативных актов, организационной инфраструктуры обеспечения и развития указанных договоров, негосударственных организаций.

Ключевые слова: институционально-организационной системы регулирования, отраслевые рынки, ВТО, ЮНКТАД, межгосударственные организации.

In the article are analyzed the institutional-organizational system of industry markets regulation components, notably the complex of interstate agreements, legal and standard acts, the organizational infrastructure to secure complying and development of mentioned agreements, non-state organizations.

Keywords: institutional-organizational system of regulation, industry markets, WTO, UNCTAD, intergovernmental organizations.

Суперечності функціонування міжнародних галузевих ринків, серед яких збільшення обсягів виробництва ТНК і глобальних компаній, їх пануюче становище на більшості ринків, залучення ресурсів для розвитку обмеженої кількості країн світу, потреба у вільному переміщенні технологій, ресурсів і продукції, що не забезпечується наявним рівнем транспортної інфраструктури, та інші, обумовлюють створення ефективної системи регулювання на світовому рівні. Сучасні процеси інтернаціоналізації господарського життя призвели до глобалізації формальних та неформальних інституцій. Цей процес проявляється через визнання примату норм міжнародного права над національними, у стандартизації багатьох законодавчих норм, поступовому зближенню національних правових систем тощо. Разом з цим, центр прийняття рішень переноситься на наднаціональний, наддержавний рівень.

Проблемам інституційного регулювання світогосподарських зв'язків присвячено праці відомих українських економістів, таких як В. Базилевич, Т. Гайдай, Н. Гражевська, А. Гриценко, А. Філіпенко та інших. Проте більшу увагу в даній статті хотілось би приділити аналізу системи управління міжнародних ринкових відносин на рівні галузей.

Метою статті є дослідження інституційно-організаційної системи регулювання світових галузевих ринків.

У ринковій економіці, як зазначає Т.В. Гайдай, інституції визначають правила, за якими функціонують ринки

та підприємницької структури, задають моделі економічної поведінки господарюючих суб'єктів, визначають основні передумови та суть ринкової гри. Правила ринкової взаємодії регулюють доступ до законного використання рідких і цінних ресурсів, а тому мають бути єдині, загальнообов'язковими, прозорими, передбачуваними, правовим чином закріпленими та регламентованими, стабільними та довільно не змінюваними [1, с. 18-19].

Інституційно-організаційна система регулювання глобальних галузевих ринків, що сформувалася на сучасний момент має наступні складові.

По-перше, сукупність міждержавних дво- і багаторонних угод, правових, нормативних актів. Структура міжнародного економічного права (МАП) включає нормативні блоки, які стосуються міжнародних економічних відносин, міжнародної економічної інтеграції, міжнародної правової відповідальності та санкцій щодо врегулювання міжнародних суперечок щодо міжнародних економічних відносин, міжнародне торговельне право, міжнародне фінансове право, міжнародне інвестиційне право, право міжнародної економічної допомоги тощо. Найважливішими серед них є: Декларація про встановлення нового міжнародного економічного порядку (1974 р.), Програма дій зі створення нового міжнародного економічного порядку (1974 р.), Хартія економічних прав та обов'язків держав (1974 р.), Кіотський протокол (1998 р.), Монтеррейський консенсус Міжнародної конференції по фінансуванню розвитку (2002 р.), Йоханнесбур-

зья декларация по стійкому розвитку (2002 р.), Декларация принципів побудови інформаційного суспільства (2003 р.), Дохинська декларация про фінансування розвитку (2008 р.), Комплекс принципів і правил про конкуренцію (1980 р.), Сан-Паульський консенсус (2004 р.) та ін.

Другою складовою інституційно-організаційної системи регулювання глобальних галузевих ринків, є організаційна інфраструктура забезпечення дотримання й розвитку зазначених угод. Це міжнародні організації – об'єднання держав, їх структур (відомств), громадських організацій, національних товариств, асоціацій на рівнях галузей економіки, індивідів, які створюються для досягнення спільних цілей у різних сферах суспільного життя. Зазначена підсистема включає такі ланки як міжурядові міжнародні організації; неурядові міжнародні організації; регіональні організації, внутрішньодержавні регіони, великі міста; транснаціональні корпорації; окремі видатні особи (Нобелівські лауреати, відомі фінансисти, підприємці та ін.) [2, с. 319-321]

Міжурядові організації створюються на основі угод і договорів між державами на урядовому або міжвідомчому рівні, мають відповідні повноваження, структуру управління, є суб'єктами міжнародного права та укладають відповідні угоди. Це ООН, МВФ, СОТ, ОПЕК, Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (ФАО), Конференція ООН із торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) та ін.

ООН створена з метою підтримки і зміцнення міжнародного світу й безпеки, розвитку співробітництва між державами. Центральне місце в якості радного, директивного та представницького органу ООН займає Генеральна Асамблея, яка розглядає принципи співробітництва в області забезпечення миру й безпеки. В її склад входять 6 комітетів: з питань роззброєння і міжнародної безпеки, з економічних і фінансових питань, з соціальних, гуманітарних питань і питань культури, зі спеціальних політичних питань і питань деколонізації, з адміністративних і бюджетних питань, з правових питань; Генеральний комітет і Комітет з перевірки повноважень.

Незважаючи на свою унікальність, ООН довела свою неспроможність по багатьом питанням, зокрема неможливістю швидко адаптувати до зміни світових реалій. Тому ООН критикують за неефективність, недемократичність, недостатню увагу до проблем країн, що розвиваються, непомірний бюджет.

До організаційних систем ООН, що займаються регулюванням галузевих ринків належать Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (ФАО), Конференція ООН із торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Світова торгова організація (СОТ), група Світового банку, Комісія ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) та ін.

Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (ФАО) допомагає країнам з економікою, що розвивається, та перехідною економікою модернізувати й вдосконалювати методи ведення сільського, лісового й рибного господарства. ФАО, по-перше, діє як інформаційна мережа, використовуючи досвід персоналу для збирання, аналізу та розповсюдження інформації з метою сприяння розвитку; по-друге, ділиться досвідом щодо розробки сільськогосподарської політики, підтримки планування, розробки ефективного законодавства, національних стратегій; по-третє, забезпечує мобілізацію засобами та управління грошовими коштами, що надаються промислово розвиненими країнами, банками розвитку та іншими донорами; по-четверте, надає технічні ноу-хау й в окремих випадках виступає як джерело фінансування; по-п'яте, сприяє розвитку природоохоронного сільського господарства з метою досягнення

ним стійкості й прибутковості, а також охорони навколишнього середовища.

Найбільш впливовою інституцією щодо регулювання галузевих ринків в умовах глобалізації є Конференція ООН із торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), що виконує наступні функції: по-перше, сприяє інтеграції країн, що розвиваються, в світову економіку; по-третє, діє в якості форуму для обговорення суперечливих питань на міжурядовому рівні, при підтримці експертів та обміну досвідом, з метою досягнення консенсусу; по-друге, проводить дослідження та аналіз політики, збір даних для дискусій представників уряду та експертів; по-четверте, надає технічну допомогу, з урахуванням потреб, для країн, що розвиваються, та з перехідною економікою. Основні напрями діяльності ЮНКТАД щодо регулювання галузевих ринків наступні.

1. Торгівля й сировинні товари:

- товарна диверсифікація та розвиток: сприяння диверсифікації виробничих і торговельних структур, допомога урядам у розробці та здійсненні політики диверсифікації, рекомендації підприємцям щодо адаптації бізнес-стратегій і посилення конкурентоспроможності на світовому ринку;

- конкурентна й споживча політика: забезпечення аналізу та створення потенціалу в галузі конкуренції, законодавства про захист споживачів, конкурентної політики; публікація оновленого Типового закону про конкуренцію;

- торгові переговори та комерційна дипломатія: сприяє країнам, що розвиваються, у всіх аспектах торгових переговорів;

- аналіз інформації по торгівлі;

- торгівля й навколишнє середовище: вплив екологічних вимог на торгівлю.

2. Інвестиції та розвиток підприємництва:

- міжнародні інвестиції й технологічні заходи: допомога країнам, що розвиваються, щодо участі у створенні міжнародних норм в галузі інвестицій на двосторонньому, багатосторонньому та регіональному рівнях;

- огляд інвестиційної політики: призначений для ознайомлення урядів та приватного сектору з інвестиційним середовищем і політикою в тій або іншій країні;

- створення інвестиційних довідників;

- емпіричні сприяння розвитку підприємництва, зокрема малим і середнім підприємствам через місцеві ринкові центри підтримки бізнесу.

3. Макроекономічна політика, заборгованості, фінансування розвитку:

- аналіз політики й досліджень з питань глобальної економічної взаємозалежності, міжнародної валютно-фінансової системи, макроекономічної політики й проблем розвитку;

- технічна й консультативна підтримка;

- комп'ютерне управління заборгованістю й фінансовим аналізом.

4. Технології та логістика:

- комплексна митна система, що прискорює оформлення митних процедур, допомагає урядам у реформуванні та модернізації митних процедур;

- комп'ютерна система слідкування за рухом вантажів;

- розвиток туризму у країнах, що розвиваються, шляхом використання ІКТ;

- дослідження передового досвіду в галузі нових технологій, їх передачі, розвиток науки, техніки, інноваційної політики (Комісія ООН по науці та техніці);

- трейнфортрейд програми: навчання у всіх галузях торгівлі з метою підвищення конкурентоспроможності країн, що розвиваються.

На особливу увагу заслуговують програми та заходи ЮНКТАД щодо регулювання функціонування галузевих ринків. Наведемо найбільш важливі, на наш погляд, проекти.

➤ Ініціатива "Біотрейд", спрямована на збір, аналіз, обробку, перетворення й комерціалізацію товарів та послуг на основі використання природного біорізноманіття у відповідності до критеріїв екологічної, соціальної та економічної стійкості, сприяння біоторгівлі. Був розроблений портфель програм за регіонами та країнами.

➤ Програма "Сировинні товари", спрямований на моніторинг і аналіз основних тенденцій на сировинних ринках, зокрема, міжнародна нестабільність цін, цінові тенденції довгострокового періоду, диверсифікація, доступ до ринків, участь у постачанні (ланцюг створення вартості, фінанси, інвестиції, обмін досвідом, здійснює добровільний огляд конкурентного права та політики. ЮНКТАД діє на основі "Комплексу принципів і правил про конкуренцію", що схвалений і прийнятий Генеральною Асамблеєю ООН 5 грудня 1980 р., який є загально визнаним інструментом з питань конкуренції.

➤ Програма "Конкурентна та споживча політика" спрямований на вирішення проблем конкурентного політики та законодавства. Міжурядова група експертів по конкурентному законодавству й політики проводить консультації з питань конкуренції, обмін досвідом, здійснює добровільний огляд конкурентного права та політики. ЮНКТАД діє на основі "Комплексу принципів і правил про конкуренцію", що схвалений і прийнятий Генеральною Асамблеєю ООН 5 грудня 1980 р., який є загально визнаним інструментом з питань конкуренції.

➤ Програма "Креативна економіка та промисловість". Креативна економіка є новою концепцією взаємодії між творчістю, культурою, економікою та технологіями у сучасному світі, де домінують образи, звуки, тексти, символи. Сьогодні творчі галузі є одними з найбільш динамічних секторів у світовій економіці. Вони знаходяться на перетині мистецтва, культури, бізнесу й технологій, надають дохід за рахунок торгівлі та прав інтелектуальної власності. Серед них традиційні: культурні заходи (художні ремесла, фестивалі, святкування), місця (історичні монументи, музеї, бібліотеки, архіви); мистецькі: образотворче мистецтво (малювання, скульптура, фотографії тощо); виконавчі (театри, опера, танці, цирк тощо); медіа: друкована продукція (книги, газети, журнали); аудіо-візуальні: (фільми, телебачення та радіо); нова медіа (відео ігри, анімація); функціональний креатин: дизайн (інтер'єр, графіка, мода, коштовності, іграшки); креативний сервіс (архітектура, реклама, цифрові послуги). ЮНКТАД займається сприянням творчої економіки як нового джерела розвитку, організовує, бере участь у міжнародних та національних заходах, надає консультативну, технічну допомогу, статистику, створив глобальну базу даних про світову торгівлю креативною продукцією.

➤ Програма врегулювання суперечок у міжнародній торгівлі, інвестиціях, інтелектуальній власності допомагає врегульовувати суперечності у межах СОТ, а також ЮНСІТРАЛ.

➤ Програма "ІНФОКОММ" – інформація про товари та ринки – фінансується урядом Франції та спрямований на досягнення таких цілей:

- розвиток міжнародного електронного порталу, де міститься інформація про товари, ринкові структури та інновації;
- створення партнерських угод з міжнародними органами по сировинним товарам і дослідницькими групами щодо оновлення та розповсюдження інформації;
- створення інформаційно-координаційного центру щодо надання огляду нових товарних бірж;

▪ публікація "World Commodity Survey", де надана інформація про 80 сировинні товари та ключові галузеві ринки тощо.

➤ З метою сприяння горизонтальній, вертикальній та географічній диверсифікації виробничих і торговельних структур реалізується також програма "Диверсифікація". Вона створена для допомоги підприємствам, що залежать від сировинного сектору, адаптувати свої стратегії диверсифікації експорту та ділової практики до сучасних вимог ринку, наприклад, шляхом налагодження зв'язків, доступу до інформації та партнерських каналів, забезпечувати постачання, створювати ефективні партнерські стосунки з банками та іншими постачальниками фінансових засобів.

ЮНКТАД готує та публікує журнал "Транснаціональні корпорації", який містить статті щодо економічних, правових, соціальних та культурних наслідків діяльності ТНК.

Велике значення мають також статистичні дані аналізу міжнародної торгівлі, прямих інвестицій і товарів, що публікуються ЮНКТАД. Здійснюється аналіз промисловості за товарним виробництвом, індексом промислового виробництва, розробляється класифікація видів економічної діяльності.

Як відомо, провідною міжнародною економічною організацією є Світова організація торгівлі (СОТ), членами якої вже є 153 країни, на які припадає близько 96% обсягів світової торгівлі. Її функціями є встановлення правил міжнародної системи торгівлі і вирішення спірних питань між країнами членами, що підписані під близько 30-ма угодами організації. Після приєднання ряду країн, які зараз є кандидатами на вступ, у межах СОТ здійснюватиметься майже весь світовий торговельний оборот товарів та послуг.

Регулювання міжнародної торгівлі в рамках СОТ здійснюється на базі основних правил і принципів, серед яких одним з найважливіших є принцип недискримінації. Він означає, що всі контракти сторони-члени СОТ зобов'язані надавати одна одній однаково сприятливі умови. Таким чином, жодна країна не повинна робити винятки для іншої або застосовувати щодо неї дискримінаційний підхід. Принцип недискримінації поділяється на суб-принцип режиму найбільшого сприяння, який застосовується до зовнішніх ринків, та суб-принцип національного режиму, який стосується внутрішнього ринку.

Режим найбільшого сприяння передбачає надання однакових переваг всім країнам в разі надання певної переваги одній країні. Наприклад, держава-член СОТ надає окремій країні, яка необов'язково є членом СОТ, деякі пільги в торгівлі певною послугою. Зазначена країна повинна згідно режиму найбільшого сприяння встановити щодо інших держав – членів СОТ однаковий пільговий режим. Таким чином викликається мультиплікаторний ефект, який забезпечує поширення пільг, наданих окремій країні, на всі держави – члени, що і сприяє подальшій лібералізації торгівлі. Допускаються також винятки із зазначеного принципу, термін дії яких обмежений до 10 років та які переглядаються через п'ять років після впровадження з метою перевірки існування умов, що зумовили їхню необхідність.

Національний режим забороняє дискримінацію іноземних товарів та послуг, наприклад, якщо держава субсидіює вітчизняного оферента послуг, тоді право на субсидії повинен також отримати іноземний оферент. Оскільки такі положення стосуються, зокрема, аудіовізуальної продукції, державних університетів, дитячих садків тощо, вони вважаються проблематичними, тому що викликають примусову комерціалізацію певних сфер економіки.

Принцип взаємності, який на даний момент особливо стосується України, зазначає, що країна, яка вступає в СОТ, отримує певні переваги, але і бере на себе певні зобов'язання. В зв'язку з цим важливо також зазначити, що жодна країна "де факто" не може відступити від попередньо взятих на себе зобов'язань в зв'язку з економічними наслідками для неї.

Система СОТ заохочує конкуренцію і знижує торговельні бар'єри, внаслідок чого споживачі виграють. Найочевидніша вигода вільної торгівлі для споживача – це зниження вартості життя. У результаті зниження протекціоністських торговельних бар'єрів дешевшають готові імпортовані товари і послуги, а також вітчизняна продукція, у виробництві якої використовуються імпортні комплектуючі.

Як правило, митні тарифи, державні виробничі субсидії і кількісні обмеження імпорту ведуть не до захисту вітчизняного ринку, а до підвищення вартості життя. Так, у Великобританії споживачі платять на 500 мільйонів фунтів у рік більше за одяг через торговельні обмеження на імпорт текстилю; для канадців ця сума складає приблизно 780 млн. канадських доларів. Показово, що лібералізація сектору телекомунікацій у Європейському Союзі призвела до зниження цін за послуги в середньому на 7-10%.

Ширший вибір товарів і послуг – також безсумнівна перевага вільної торгівлі. Зовнішня конкуренція стимулює ефективне вітчизняне виробництво, опосередковано знижує ціни і підвищує якість вітчизняної продукції.

У результаті активнішого товарообміну розвиваються нові технології, як це відбулося, наприклад, з мобільним зв'язком.

Збільшення експорту вітчизняної продукції також збільшує доходи виробників, податкові надходження в бюджет, а отже і доходи та добробут населення в цілому.

Економічні вигоди від СОТ полягають у наступному:

1. Зниження торговельних бар'єрів сприяє росту торгівлі, що веде до підвищення як державних, так і особистих доходів.

2. У довгостроковій перспективі розвиток торгівлі веде до підвищення зайнятості в експортних галузях економіки, хоча короткострокове скорочення робочих місць у результаті конкуренції вітчизняних виробників із закордонними практично неминуче. Однак протекціонізм не вирішує проблеми зайнятості. Навпаки, підвищення торговельних бар'єрів викликає зниження ефективності виробництва і якості вітчизняної продукції, що за умови обмеження імпорту веде до зростання цін, негативно позначається на обсягах продажу та, з рештою, на кількості робочих місць. Така ситуація склалася, наприклад, у 1980-і рр. у США, коли були введені жорсткі обмеження на імпорт японських автомобілів.

3. Застосування принципів СОТ дозволяє підвищити ефективність зовнішньоекономічної діяльності держави за рахунок зменшення тарифних і нетарифних торговельних бар'єрів. Недискримінаційний підхід, передбачуваність і прозорість економіки приваблюють партнерів і підвищують товарообіг, сприяють оптимізації діяльності і зниженню витрат компаній, створенню сприятливого клімату для торгівлі та інвестицій, припливу капіталу у країну.

При підписанні Генеральної угоди про торгівлю і тарифи (ГАТТ), норми якої стримували використання експортних субсидій, постало питання про політику державної підтримки виробників як інструмент протекціонізму. Продовженням зусиль стала Угода про субсидії та компенсаційні заходи (далі – Угода СКЗ), яка була прийнята в результаті Уругвайського раунду переговорів у 1994 р. Цією Угодою встановлено загальні правила надання субсидій для виробництва промислових товарів.

Угода СКЗ є обов'язковою для всіх країн – членів СОТ. Вона визначає загальні правила використання державних субсидій для промислових товарів, а також процедури захисту країн – членів СОТ, якщо вони зазнали негативного впливу субсидій. Метою угоди є обмеження тих субсидій, які справляють негативний вплив на міжнародну торгівлю та конкуренцію.

Термін "субсидія" вживається в Угоді СКЗ у широкому розумінні та включає, по суті, будь-яку державну підтримку у вигляді фінансових засобів, товарів та послуг, що надаються державою на пільгових умовах, а також будь-яку підтримку доходу чи ціни, яка прямо чи опосередковано призводить до зростання експорту будь-якого товару з території країни, яка субсидує, або до зменшення імпорту товару на її територію. Визначаються наступні форми субсидіювання:

- пряме надання державним органом грошових коштів: дотації;
- вливання капіталу шляхом придбання урядом акціонерного капіталу;
- державні позики;
- потенційне пряме надання грошових коштів або зобов'язань: державні гарантії позики;
- пряме списання заборгованості чи покриття урядом заборгованості;
- відмова від доходів, що належать уряду, або не стягнення їх: податкові пільги, відстрочення сплати податків;
- надання урядом товарів та послуг (за винятком тих, що є складовими загальної інфраструктури);
- закупівля урядом товарів на пільгових умовах порівняно з ринковими умовами;
- доручення чи наказ державного органу недержавній установі виконувати одну чи більше з зазначених функцій [3].

У той самий час застосування неадресних субсидій дозволяється і не обмежується в рамках СОТ, оскільки вони не справляють значного негативного впливу на конкуренцію та торгівлю. Неадресною є субсидія, яка надається на основі об'єктивного критерію (наприклад, кількість працівників або розмір підприємств) та не створює переваг для окремих підприємств чи галузей відносно інших. Такі субсидії є дозволеними в рамках СОТ, і тому уряди країн – членів СОТ можуть вільно використовувати цей інструмент для вирішення економічних та соціальних завдань. До неадресних субсидій, які економічна наука визначає як нейтральні та недискримінаційні, не застосовуються компенсаційні заходи.

Відповідно до Угоди СКЗ субсидія вважається адресною, якщо орган, що її надає, чи законодавство, відповідно до якого діє орган, прямо обмежують доступ до субсидії лише для окремих підприємств галузі, певних галузей або окремих підприємств певного географічного регіону (стаття 2, параграф 2.1). Угодою визначаються такі види адресних субсидій: 1) адресні щодо підприємства; 2) адресні щодо галузі промисловості; 3) адресні щодо регіону країни; 4) зумовлені показниками експорту чи заміщення імпорту.

Адресні субсидії поділяються на дві категорії: заборонені субсидії та субсидії, що дають підстави для вжиття заходів. Заборонені субсидії статтею 3 Угоди СКЗ визначаються як економічна вигода, що надається центральним урядом або місцевою владою виробникам товарів у вигляді фінансового сприяння з метою стимулювання експорту (експортні субсидії) або з метою використання вітчизняних товарів замість імпортних (імпортозаміщуючі субсидії). Такі субсидії спрямовані на підвищення конкурентоспроможності субсидованого товару, вони безпосередньо впливають на торгівлю, отже, вважається, що

вони завдають шкоду інтересам інших членів СОТ. Відповідно до вимог Угоди СКЗ члени СОТ повинні відмовитися від усіх заборонених субсидій.

У разі порушення вимог Угоди СКЗ щодо заборонених субсидій, передбачається швидкий (тривалістю до трьох місяців) та спрощений механізм врегулювання торговельних суперечок. У разі підтвердження доказів щодо існування забороненої субсидії країні надається можливість негайно скасувати цю субсидію. Якщо за період, встановлений спеціальною групою експертів, заборонена субсидія не ліквідується, члени СОТ, які подали скаргу, мають право застосовувати проти країни, яка надає заборонені субсидії, правові заходи захисту або компенсаційні мита.

На відміну від заборонених, використання другої категорії адресних субсидій – субсидій, що дають підстави для вжиття заходів, – дозволене за умов, якщо вони не завдають прямо чи не несуть можливої загрози щодо серйозної шкоди інтересам інших членів СОТ. До таких субсидій відносяться переважно внутрішні виробничі субсидії.

Угода СКЗ не забороняє повернення непрямих податків як на товар, що експортується, так і на виробничі ресурси і комплектуючі, включаючи енергію, бензин, мастила, каталізатори, які використовуються у виробництві експортних товарів. Дозволені також експортні кредити, кредитування поставок товарів, запровадження системи кредитного страхування за ставками, еквівалентними міжнародним. Отже, будь-який механізм, що створює для вітчизняних експортерів рівні з іноземними конкурентами умови на міжнародних ринках, є легітимним.

Напрями неадресних горизонтальних програм субсидування, які можна вільно використовувати в рамках СОТ для вирішення економічних та соціальних завдань:

- державна підтримка доконкурентної науково-дослідної діяльності підприємств, а саме вивчення інформації та проведення досліджень, необхідних для розвитку технологічних потужностей, впровадження інновацій, управлінських технологій та адаптації до міжнародних стандартів;

- послуги у сфері маркетингу – сприяння проведенню маркетингових досліджень для поширення серед національних виробників інформації про зовнішні ринки збуту: технічні стандарти та вимоги щодо якості, маркетингові канали збуту, потреби та уподобання зарубіжних споживачів тощо;

- сприяння впровадженню міжнародних стандартів якості – програми адаптації до міжнародних стандартів якості, санітарних та фітосанітарних норм безпеки є суттєвими факторами конкурентоспроможності товарів;

- розвиток загальної інфраструктури обслуговування виробництва та експорту – транспортної, телекомунікаційної інфраструктур та сектора фінансових послуг сприяють зменшенню виробничих транзакційних (операційних) витрат та поліпшенню доступу до зовнішніх та внутрішніх ринків збуту та ринків ресурсів;

- навчання та перекваліфікація робочої сили та управлінців;

- підтримка малого бізнесу;

- впровадження підприємствами нових стандартів охорони.

Загальний підхід країн – членів Європейського Союзу до політики у сфері державної допомоги визначено у законодавстві ЄС щодо спільного ринку, а саме у Римському договорі про заснування Європейського Співтовариства (далі – Римський договір). Римський договір не дає визначення "державної допомоги", а лише описує критерії, якими визначається допомога урядів, що не відповідає принципам спільного ринку (абзац 1 статті 87).

За критерієм призначення Європейська Комісія розрізняє три види державної допомоги: регіональна допомога, допомога на горизонтальні цілі та допомога для галузей. Допомога на горизонтальні цілі – це допомога загального характеру, спрямована на вирішення проблем в економіці шляхом підтримки інноваційного розвитку та економічного зростання, наприклад, допомога на дослідження та розвиток, допомога на охорону навколишнього середовища тощо.

Галузева допомога надається для галузей промисловості, які переживають економічні труднощі. У 1987 р. Комісія сформулювала пояснення, що стосуються політики ЄС відносно галузевої допомоги, у яких наголошувалося, що допомога має використовуватися не для підтримки status quo, а для вирішення довгострокових проблем, а програми допомоги повинні передбачати скорочення обсягів, мати тимчасовий характер і бути пов'язаними із цілями реструктуризації певного сектора. Крім того, Комісія розробила конкретні показники для оцінки ефективності допомоги держави тим галузям промисловості, діяльність яких держава підтримує особливо інтенсивно, а також посилила контроль за допомогою для забезпечення чесної конкуренції в ЄС. Нині до секторів, охоплених спеціальними правилами, належать такі промислові галузі: вугільна, сталеплавильна, суднобудівна, автомобільна та виробництво хімічних волокон. Європейська комісія прагне спрямовувати допомогу, призначену для промисловості, на горизонтальні цілі, однак на практиці досить складно відійти від галузевого підходу, який застосовувався десятиліттями.

Спеціальні норми щодо надання субсидій для аграрного сектора регулюються Угодою про сільське господарство. Загалом, вимоги СОТ щодо субсидування сільського господарства обмежують використання різних видів субсидій менш суворо у порівнянні з нормами субсидування інших секторів. Однак упродовж останніх років члени СОТ активно обговорюють питання наближення умов надання субсидій в аграрному секторі та промисловості.

Фінансова допомога має надаватися лише з урахуванням ефекту мультиплікатора, тобто лише тим об'єктам, розвиток яких здатен по ланцюгу створювати максимальний сукупний попит на продукцію інших галузей господарства. Яскравий приклад такого підходу показує економіка сучасного Китаю, де максимальний мультиплікативний ефект створюють інвестиції у будівництво, транспорт та сферу комунікацій, розвиток яких виступає важливою передумовою економічного зростання.

Встановленою ціллю СОТ є підтримка вільної торгівлі та економічного зростання. Проте дуже часто СОТ звинувачують в частковому та нечесному ухилі в бік міжнародних корпорацій та багатих націй. Критики доводять, що малі країни у СОТ користуються незначним впливом, і всупереч цілі СОТ, замість допомоги країнам, що розвиваються, впливові нації у СОТ фокусуються на своїх власних комерційних інтересах. Вони також стверджують, що стабільно ігноруються принципи здоров'я, безпеки та охорони довкілля.

Великий спектр інструментарію щодо фінансового регулювання галузевих ринків має група Світового банку. Одним з напрямів його діяльності є інвестиційна політика та операції в галузі розвитку. Інвестиційні операції зосереджуються на довгострокових (5-10 років), а також фінансуванні товарів, робіт, послуг, що сприяють соціально-економічному розвитку. Ці інвестиційні проекти охоплюють велику кількість галузевих ринків – від сільського господарства до розвитку освіти та охорони здоров'я. Початково позики на цілі розвитку спрямовувалися на реформи макроекономічної політики, проте

нині вони зосереджені на структурному, фінансовому секторі, реформах соціальної політики. Світовий банк надає гранти, кредити, займи на технічну допомогу, консультативні послуги. Велике значення для розвитку галузевих ринків має база даних банку галузевої діяльності по країнам.

Неурядові міжнародні організації об'єднують громадські структури та наукові співтовариства, приватні компанії та підприємства, приватних осіб різних держав, які не є суб'єктами міжнародного права. Серед найбільш відомих неурядових глобальних акторів – професійні організації (Міжнародна асоціація журналістів, Міжнародна асоціація юристів), релігійні, гуманітарні, Римський клуб тощо.

Регіональні організації, внутрішньодержавні регіони відображають, з одного боку, тенденцію активізації зовнішньоекономічної діяльності внутрішніх регіонів країни, їх прагнення бути більш самостійними в ухваленні рішень. З іншого, трансрегіональну активність країн, спрямовану на досягнення домовленостей та угод у межах міжрегіональних об'єднань.

Транснаціональні корпорації є структурами щодо управління міжнародними трансакціями, що створюються суб'єктами приватного сектору. ТНК є головними суб'єктами міжнародної торгівлі і сучасного технологічного прогресу у світовій економіці, а також головне джерело трансферту технологій для менш розвинених країн. За оцінкою дослідників, приблизно 75-80% загальносвітового обсягу НДДКР здійснюється саме у межах ТНК, на 700 найбільших промислових компаній світу, більшість з яких є ТНК, припадає близько половини всього обсягу комерційного використання винаходів у світі. Високою є роль ТНК у розвитку високотехнологічних галузей обробної промисловості: Ірландії – 95,6%, Великобританії – 59,0%, Канаді – 52,5%, Франції – 51,5%, Норвегії – 48,6% [4, с. 294].

ТНК підтримуються урядами країн їх походження, вони здійснюють величезний фінансовий і політичний тиск на не тільки на ринки, але й на уряди. Явним або неявним способом ТНК можуть гальмувати технологічний прогрес периферійних країн, мотивуючи це використанням стандартизованих технологій, які представляють собою не нові досягнення, а ті, що вже широко використовуються й закінчують свій виробничий цикл у периферійних країнах.

Переговори, що проводяться в останній час у межах комісії ООН із ТНК під егідою МВФ та СБ, сприяли появі неформальних правил здійснення міжнародних інвестицій транснаціональними компаніями, а саме:

- правил входження, що передбачає створення філії ТНК на території суверенної держави без дозволу останньої. У багатьох випадках правила можуть обмежуватися урядом сторони, що приймає, якщо іноземні інвестиції загрожують національній безпеці або мета донорів вступає у суперечність з чинним законодавством;

- правил припинення контракту, згідно з яким країна-реципієнт в односторонньому порядку може націоналізувати філію ТНК за умови дотримання чинного законодавства й виплати відповідної компенсації інвестору;

- правил справедливого недискримінаційного режиму, згідно з якими для іноземних інвесторів має бути

встановлений іноземний режим, не менш сприятливий, ніж для національних. Будь-які пільги чи виключення повинні однаковою мірою поширюватися як на національних, так і іноземних інвесторів;

- правил регулювання суперечностей, які передбачають незалежний і неупереджений арбітраж на основі міжнародної конвенції з урегулюванням інвестиційних суперечок, підписаних 115 країнами під егідою Світового банку [5, с.173].

Специфіка сучасного етапу розвитку системи глобального регулювання галузевими ринками пов'язана з такими особливостями:

1. Звуженням автономії суб'єктів, які розробляють економічну політику на рівні національного господарського комплексу, загострення проблем визначення пріоритетності розвитку.

2. Розширення кола суб'єктів економічного та політичного впливу на ринки.

3. Боротьба окремих держав, груп, апарату діяльності міжнародних організацій за можливості впливати на прийняття глобально значимих економічних рішень.

4. На початку ХХІ ст. діють десятки тисяч міжнародних організацій, які дуже відрізняються видами діяльності, формами об'єднання, числом учасників, цілями, завданнями, компетенція ми тощо.

5. Сучасний процес прийняття рішень на глобальному рівні характеризується виробленням колективних рішень шляхом переговорів, багатосторонніх міждержавних форм, спільних зустрічей тощо.

6. Існує різноманіття, множинність форм та методів управління.

Таким чином, сучасний розвиток світової економіки демонструє, що за відсутності належного інституційного ринкового облаштування, упорядкування глобального економічного простору дія законів ринку характеризується абсолютною неадаптованістю до планетарних закономірностей і процесів. Внаслідок перекосів транснаціональних мотивацій наявні центри прийняття планетарних рішень відроджують неприборканий дикий ринок. Реалізація неоліберальної моделі глобалізації призводить до перенесення на планетарний рівень провалів ринку, які не корегуються належним суспільним контролем за економікою. Свідченням цього стала світова фінансова криза. Вона фактично є наслідком втрати вартісних функцій фінансових засобів та активів, оскільки неможливо визначити їх міру обміну по всьому світу. Тому необхідним є вдосконалення сучасної інституційно-організаційної системи регулювання світових галузевих ринків.

1. Гайдай Т.В. Категоріальна визначеність поняття інституції / Т.В. Гайдай // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – Серія Економіка. – 2005. – № 75. – С. 15-19 с. 2. Гражевська Н.І. Економічні системи епохи глобальних змін: [монографія] / Гражевська Н.І. – К.: Знання, 2008. – 431 с. 3. Державна допомога виробникам в Україні: реформування відповідно до норм СОТ та ЄС / За ред. С.Касьянова. – К.: Норт-Друк, 2004. – 85 с. 4. Геєць В.М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку / В.М.Геєць. – К.: Видавничо-поліграфічний центр "Експрес", 2009. – 864 с. 5. Одягайло Б. М. Економіка і транзитивність: від найпростішої до глобальної / Одягайло Б.М. – Д.: Пороги, 2003. – 311 с.

УДК 330.837

А. Маслов, канд. екон. наук, доц.

ТЕОРІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА ЯК МЕТОДОЛОГІЧНА ОСНОВА ТЕОРІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Розглянуто ідейні витоки та теоретичний зміст теорії інформаційного суспільства як методологічної основи теорії інформаційної економіки. Висвітлено логіку суспільних та економічних трансформацій під впливом сучасної інформаційно-технологічної революції.

Ключові слова: постіндустріальне суспільство, інформаційне суспільство, теорія постіндустріального суспільства, теорія інформаційного суспільства, інформаційна економіка, теорія інформаційної економіки, нова економічна парадигма.

Рассмотрены идейные истоки и содержание теории информационного общества как методологической основы теории информационной экономики. Освещено логику общественных и экономических трансформаций под влиянием информационно-технологической революции.

Ключевые слова: постиндустриальное общество, информационное общество, теория постиндустриального общества, теория информационного общества, информационная экономика, теория информационной экономики, новая экономическая парадигма.

This article presents the ideological sources and theoretical contents of the information society theory as a methodological basis of the information economy theory. The logic of social and economic transformations under the influence of the modern information-technological revolution is explained.

Keywords: postindustrial society, information society, theory postindustrial society, theory information society, information economy, theory information economy, new economy paradigm.

Нові історико-економічні умови господарювання в межах сучасної, третьої науково-технічної революції і трансформації її під впливом сучасної інформаційної революції кінця 1970–80-х рр., згідно з М. Кастельсом [7], в інформаційно-технологічну революцію, обумовили неймовірно зростання значення нематеріальних факторів виробництва, зокрема, інформації та інформаційно-знаних ресурсів.

Сучасний стан економічної теорії на рубежі XX – XXI ст. характеризується загальним визнанням значних проблем у цій галузі і перш за все у її панівному неокласичному напрямі. Світова економічна думка вже впродовж декількох десятиліть заявляє про нарізку потребу розробки нової економічної парадигми, створення нової методології осягнення суті сучасних змін в економічних процесах.

На роль нової парадигми поряд з інституційно-еволюційним напрямом претендує також, і не безпідставно, інформаційна парадигма, яка в аналізі економічних процесів і явищ на перше місце поставила інформаційний фактор.

Становлення теорії інформаційної економіки як інформаційної парадигми почалося ще з 1960-х рр. і набуло подальшого свого розвитку в 1970–90-х рр., зокрема, починаючи з досліджень Ф. Махлупа [29] (1962 р.), М. Пората [33] (1977 р.) та появи численних наукових публікацій з цієї проблематики визнаних зарубіжних та вітчизняних економістів та соціологів Т. Стоунера [18], Е. Тоффлера [20; 21], Д. Белла [2–4], М. Кастельса [7], Дж. Стігліца [18], А. Чухно [25], Л. Мельника [12], В. Мунтяна [13], Л. Федулової та ін. В згаданих роботах тією чи іншою мірою і на різних теоретико-методологічних засадах аналізуються різноманітні аспекти формування та функціонування постіндустріального, інформаційного суспільства та економіки.

Але все ще недостатньо дослідженими є теоретико-концептуальні та методологічні засади аналізу еволюції теорії інформаційної економіки в сучасних умовах становлення постіндустріального інформаційного суспільства. Тому, дослідження процесів становлення теорії інформаційної економіки та її генетичного зв'язку з теорією інформаційного суспільства за умов посилення глобалізаційних процесів та інформаційної невизначеності, дає можливість адекватно відповідати на нагальні проблеми сучасної економічної теорії та господарської практики.

У статті поставлено мету показати, що теорія інформаційного суспільства є методологічною основою теорії інформаційної економіки, що ці теорії дуже тісно пов'язані одна з одною, а теорія інформаційної економіки є складовою теорії інформаційного суспільства.

Поява теорії інформаційної економіки є безпосереднім результатом суспільного розвитку на його постіндустріальній стадії і переростання в інформаційне суспільство з відповідною інформаційною економікою. Теорія інформаційного суспільства як основа для теорії інформаційної економіки, на нашу думку, не дивлячись на значну спорідненість з теорією постіндустріального суспільства, все таки є її закономірним і логічним продовженням на сучасному етапі суспільної еволюції.

Необхідно зазначити, що методологічною основою дослідження теорії і практики інформаційного суспільства та інформаційної економіки, або/та постіндустріальної економіки як сервісно-інформаційної економіки в цілому, є трьохсекторна модель народного господарства англійського економіста Коліна Кларка, викладена в його працях "Економіка у 1960 році" [27] (1942 р.) та "Умови економічного прогресу" [26] (1950 р.) а також у праці французького суспільствознавця Жана Фурастьє "Велика надія XX століття" [28] (1949 р.).

Саме К. Кларк створив концепцію трьохсекторної структури народного господарства, згідно якої "природний" економічний розвиток проходить стадії, що ґрунтуються на певному співвідношенні сільського господарства (первинний сектор), обробна промисловість, або індустрія (вторинний сектор) та сфери послуг (третинний сектор). Модель К. Кларка стала методологічною основою для побудови ряду наступних теорій постіндустріального та інформаційного суспільства.

У працях К. Кларка і Ж. Фурастьє наприкінці 1940-х – на початку 1950-х рр. були сформульовані найважливіші методологічні принципи теорії постіндустріального суспільства – поділ всього суспільного виробництва на три сектори: первинний (сільське господарство), вторинний (промисловість), третинний (сфера послуг), та положення про майбутнє зростання частки третинного сектора у порівнянні з первинним та вторинним секторами як за сукупною робочою силою розвинутих країн, так і за структурою ВВП. Також у працях К. Кларка і Ж. Фурастьє, сформувалась ще одна фундаментальна методологічна складова теорії постіндустріального та інформаційного суспільства – принцип домінування технологічних аспектів організації суспільного виробни-

цтва над оцінкою класової структури, який поширено не тільки на історичну періодизацію, але й на конкретний аналіз економічного розвитку сучасних суспільств. Ці положення свідчать про відносну завершеність побудови системи методологічних передумов теорії постіндустріального та інформаційного суспільств та, відповідно, інформаційної економіки та теорії інформаційної економіки.

Трансформаційні процеси, що охопили всі сторони суспільства у другій половині XX – на початку XXI ст., у зв'язку з третьою НТР, що переросла в інформаційно-технологічну революцію, пов'язані з формуванням у найбільш розвинутих країнах постіндустріального суспільства. Цей процес знайшов відображення в теоріях постіндустріального суспільства Д. Белла, А. Турена та ін. На початку 1970-х рр. Д. Белл поглиблює структурування третинного сектору, виділяючи в межах третинного сектору суто третинний – транспорт та комунальне господарство, четвертинний (quaternary) – торгівля, фінанси, страхування і нерухомість, і п'ятеринний (quinary) – охорона здоров'я, освіта, наукові дослідження, державне управління, відпочинок [2, С. 158]. Але про інформацію і знання Д. Белл мову не веде тому, що на той час ще не розпочалася сучасна інформаційна революція, і ще не склався інформаційний сектор економіки, як самостійний четвертинний сектор за межами третинного сектору.

Переростання постіндустріального суспільства у інформаційне під впливом інформаційно-технологічної революції, зміна галузевої структури виробництва та структури зайнятості, що, у свою чергу, обумовлює зміну соціальної структури всього суспільства, потребує відповідного теоретичного і методологічного обґрунтування, що і знайшло своє місце у ряді концепцій і теорій. Майже одночасно з теорією постіндустріального суспільства виникла і формується теорія інформаційного суспільства, в межах якої наукове знання і технологічний прогрес підкреслюються ще більш явно.

Основи теорії інформаційного суспільства закладені в роботах З. Бжезинського, Д. Белла [3, С. 330–342], Е. Тоффлера [20; 21] та ін. При всій різноманітності існуючих теорій інформаційного суспільства, існує декілька підходів до їх класифікації. Так, Ф. Вебстер у своїй ґрунтовній, але дуже суперечливій праці "Теорії інформаційного суспільства" [22] (1995 р.) виділяє п'ять типів теорії інформаційного суспільства – технологічні, економічні, пов'язані зі сферою зайнятості, просторові або географічні, культурні, де в основу кожного типу теорії інформаційного суспільства покладено певний, відповідний їй, і як видно з назви типів, однойменні критерії, які досить тісно пов'язані з межами визначення новизни.

Американський економіст В. Мартін наводить п'ять критеріїв інформаційного суспільства [30, Р. 10], дуже схожих на типологізації теорій інформаційного суспільства Ф. Вебстера: 1) економічний, де інформаційний сектор розглядається, по-перше, як рух до інформаційного суспільства, а по-друге, як складова частина сучасного економічного життя; 2) технологічний, що показує, наскільки технології проникають в усі сфери діяльності індивідів; 3) соціальний, де акцент робиться на зміні соціальної поведінки індивідів під впливом інформаційних технологій; 4) політичний, де формується свого роду глобальний форум, у якому рядові громадяни можуть безпосередньо брати участь в управлінні; 5) культурний, що показує взаємодію і взаємопроникнення культур у глобальному масштабі. Інформаційне суспільство В. Мартін визначає як "...суспільство, у якому якість життя так само, як і можливості соціальних змін і економічного розвитку, усе більшою мірою залежать від інформації та її використання" [30, Р. 3].

Український дослідник О. Маруховський [9, С. 112–114] виділяє три групи дослідників сучасного суспільства – еволюційні постіндустріалісти, революційні інформаціоналісти та помірковані постіндустріалісти-інформаціоналісти, серед яких, на нашу думку, лише представників другої групи можна віднести до теорій інформаційного суспільства. Однак, О. Маруховський жодним чином не вказує, кого саме він відносить до кожного із вказаних напрямів.

Ширше до цього питання ставляться російські дослідники Г. Осипов та С. Степашин [14], які серед теорій сучасного і майбутнього суспільств поряд з теоріями постіндустріального суспільства (Д. Белл, А. Турен) та теоріями інформаційного суспільства (Е. Тоффлер, Й. Масуда), окремими групами виділяють теорії суспільства постмодерну (К. Кумар, Ф. Джеймсон, Ж.-Ф. Ліотар, З. Бауман), теорії суспільства ризику (У. Бек і Е. Гідденс), теорії мережевого суспільства (М. Кастельс), теорії суспільства знання (Н. Штер). В основу своєї типологізації цих теорій кладеться критерій зростаючої ролі інформації і знань.

Генезу теорії інформаційної економіки як інформаційної парадигми можна спостерігати з другої половини XX ст., починаючи з теоретичних положень досліджень представників економічного напрямку в теорії інформаційного суспільства, насамперед Ф. Махлупа [29] та М. Пората [33]. Значний інтерес також представляють ідеї і представників інших напрямів: в технологічному (чи мережевому) – Е. Тоффлера; в теоріях, що пов'язані зі сферою зайнятості – Й. Масуди і Д. Белла; в просторових або географічних теоріях – М. Кастельса; в культурологічних теоріях – Ж.-Ф. Ліотара.

Саме Ф. Махлуп – у США, та Т. Умесао – в Японії, що стали широко відомі завдяки своїм дослідженням динаміки розвитку наукоємних виробництв, на початку 1960-х рр. незалежно один від одного запровадили у науковий обіг поняття "інформаційне суспільство". Ф. Махлуп дослідив роль індустрії знань у формуванні людського капіталу і прискоренні соціально-економічного розвитку суспільства. В працях "Виробництво і розподіл знань в США" (1962 р.) [29] (російський переклад 1966 р.) [11], і "Економіка інформації і людського капіталу" Ф. Махлуп показав, що вже у 1960–70-х рр. виробництво і розподіл інформації стали провідною галуззю національного господарства розвинутих країн, яка визначала перспективи розвитку економіки.

В 1970–80-х рр. найбільший внесок у розвиток цієї теорії здійснили американський економіст М. Порат, праці якого про інформаційну економіку з'явилися у 1977 – 1978 рр. [32; 33], японський економіст Й. Масуда [10; 32], американський економіст Е. Тоффлер у праці "Третя хвиля" [21], британський економіст Т. Стоунер, праця якого "Інформаційне багатство: профіль постіндустріальної економіки" [19] вийшла друком у Лондоні [37] (1983 р.), і ряд інших, праці яких вийшли друком пізніше. Особливо необхідно відзначити вплив японських вчених у дослідженні інформаційного суспільства: це і згадувані вже Т. Умесао, Й. Масуда, а також пізні роботи Т. Сакаї, де теорія інформаційного суспільства розглядається ним як складова постіндустріальної концепції [15, С. 337–371]. Деякі автори безпосередньо використовують терміни "постіндустріальне суспільство" та "інформаційне суспільство" як синоніми.

Найвідоміша теорія інформаційного суспільства серед представників технологічного підходу належить Елвіну Тоффлеру, який виклав її у виданій в 1980 р. у книзі "Третя хвиля" [21]. Е. Тоффлер виділяє в процесі суспільної еволюції три етапи або "хвилі". "Перша хвиля" була пов'язана з аграрною революцією і продовжу-

валась до другої половини XVIII ст. Рушійною силою "другої хвилі" стала індустріалізація, що продовжувалась до середини XX ст. З цього часу починає набирати силу "третьа хвиля", що кладе початок новому суспільству, яке Е. Тоффлер називає "суперіндустріальним" або "інформаційним". Основою "третьої хвилі", на думку Е. Тоффлера, є перехід до відновлювальних джерел енергії і розвиток високих технологій, пов'язаний з проривом в науці, коли руйнуються коди індустріального суспільства, і зокрема, на зміну стандартизованому виробництву індустріального суспільства в високотехнологічних галузях приходить виробництво, що частково чи повністю працює на замовлення.

Важливою складовою "третьої хвилі" є також диверсифікація інформаційних каналів. Засоби масової інформації стають все менш масовими: їх кількість зростає, а зміст інформації, що постачається стає все різноманітнішим і орієнтованим на певну аудиторію. Поряд з цим, сучасні інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) дають можливість користувачеві обирати потрібний канал інформації, зокрема засобами Інтернет – Інтернет-TV, Інтернет-радіо, різноманітні інформаційні та розважальні веб-сайти тощо. Зміст інформації стає менше систематизованим і класифікованим, не містить готових рецептів до дії і усталених істин, не нав'язує готової моделі реальності, а вимагає від споживача створення власної. Також зростає і обсяг інформації, оскільки чим складнішою і різноманітнішою є цивілізація, тим більше інформації повинно проходити між її частинами.

Теорія суперіндустріального (інформаційного) суспільства Е. Тоффлера перегукується з багатьма іншими теоріями нового суспільства, зокрема з концепцією постіндустріального суспільства Д. Белла, інформаційного суспільства Й. Масуди, теорії сучасного суспільства Ф. Ферраротті, суспільства постмодерна Ж.-Ф. Лютара, суспільства пізнього модерну Е. Гідденса та ін.

Так, практично одночасно з Е. Тоффлером свою теорію інформаційного суспільства, у межах підходу, пов'язаного зі сферою зайнятості, запропонував японський економіст Йонеджі Масуда у книзі "Інформаційне суспільство як постіндустріальне суспільство" [32] (1981 р.). На думку Масуди, термін "інформаційне суспільство" значно краще, ніж "постіндустріальне суспільство", підходить для характеристики суспільних змін, що відбуваються, і в основі яких лежить перехід від виробництва матеріальних цінностей до виробництва інформаційних цінностей.

Якщо головною метою індустріальних технологій було розширення фізичних можливостей людини і полегшення фізичної праці, то головною метою інформаційних технологій є розширення його інтелектуальних здібностей і полегшення інтелектуальної праці. Інформація і знання та способи їх обробки стають вирішальним фактором розвитку суспільства. Саме Й. Масуда визначає інформаційне суспільство як таке суспільство, у якому точкою опори є інформаційні цінності більшою мірою, ніж матеріальні цінності, і економіка якого оцінює капітал, втілений у знаннях (knowledge capital), вище, ніж капітал у матеріальній формі (material capital) [31, Р. 623].

Індустріальна революція, що почалась з винайдення парового двигуна, привела до створення масового виробництва і швидкого розвитку засобів транспорту. Так само інформаційна революція, початок якій поклало створення комп'ютера, зробить можливим масове виробництво систематизованої інформації, технології і знання. Суспільні зміни Масуда виводить із трансформацій в інформаційно-когнітивній сфері, що стали можливими завдяки появі комп'ютерів. Головними із них він вважає повну об'єктивацію інформації, виробництво

складного когнітивного знання і формування органічних інформаційних мереж.

Необхідно зазначити, що повна об'єктивація інформації стала можливою за допомогою комп'ютерних технологій, і стала третім етапом цього процесу після винайдення писемності і книгодрукування, повністю відокремила процес створення інформації від людини, зробивши можливим виробництво оригінальної інформації машиною.

Й. Масуда розглядає інформаційне суспільство як "високоорганізмичне", в якому різноманітні функціональні системи пов'язані і інтегровані за допомогою інформаційних мереж, що дає йому можливість швидше і адекватно реагувати на зміни навколишнього середовища, використовуючи когнітивну інформацію. Інформаційна революція, на думку Масуди, привела не просто до прискореного розвитку індустріального суспільства, а до того, що породжена нею хвиля суспільних змін виявилась настільки потужною, що дозволяє прогнозувати в найближчому майбутньому перехід до принципово нового типу суспільства – інформаційного, та нового типу економіки – інформаційної. Перехід від матеріальних цінностей до цінностей часу обумовлений, на думку Масуди, зростанням інформаційної продуктивності. Завдяки комп'ютерним технологіям значно зростає виробництво прогностичної і орієнтованої на дію інформації. В цих умовах значно зростає ефективність цілеспрямованої дії, важливим показником якої є час.

Ідеї теорії інформаційного суспільства у межах підходу, пов'язаного зі сферою зайнятості, з часом розвинули інші автори. І хоча праця Д. Белла "Прийдешне постіндустріальне суспільство" (1973 р.) [2] вийшла значно пізніше, ніж праця Ф. Махлупа, проте інформація і знання, як було зазначено вище, ще не знайшли відображення у його визначенні постіндустріального суспільства. Але, наприкінці 1980-х рр. аналіз соціальних-економічних зрушень в США і інших країнах дозволив Д. Беллу дати розгорнутішу характеристику постіндустріального суспільства, що формувалося, як суспільства послуг. Він відмітив появу нових, радикальних змін у традиційних галузях виробництва і професіях, зростання ролі жінки в суспільстві і в провідних сферах його діяльності, пов'язаних з отриманням і переробкою інформації, модифікацію фундаментальних теоретичних знань і зростання їх значення в інноваційному процесі. Аналіз особливої ролі систем комунікацій в постіндустріальному суспільстві дозволив Д. Беллу зробити висновок про те, що сучасні ринки – це комунікаційні мережі, що забезпечують бурхливе зростання кількості активних ринкових суб'єктів (за рахунок малого бізнесу), а також швидкості і частоти ділових контактів [4].

Розглядаючи виникнення і розвиток теорії інформаційного суспільства, не можна не звернути увагу на дві обставини. По-перше, ця теорія набула найбільшого визнання в 1970–80-і рр., коли швидко поширювались технологічні досягнення, і значних успіхів досягали країни, які не лише виробляли, а й оволодівали новою інформацією і знаннями. Зміцнювалася позиція, що знання здатні забезпечувати створення і самозростання вартості, а так як інформація, за словами П. Друкера, є не що інше, як швидке заміщення праці знаннями, то "інформаційне суспільство" виявилось для багатьох адекватним позначенням нового ладу, що формувався. Ідея інформаційного суспільства перетворювалася у такому контексті в інструмент обґрунтування можливості прискореного "навздогінного" розвитку на основі заміщення творчих можливостей особи зростаючим потоком інформації.

По-друге, в жодному іншому напрямку сучасної футурології не помітно такого сильного впливу японських дослідників: запроваджений Т. Умесао термін "інформаційне суспільство" набув всесвітнього визнання після виходу в світ знаменитої книги Й. Масуди [32] "Інформаційне суспільство як постіндустріальне суспільство" (1981 р.), і по-новому зазвучав у працях Т. Сакаї [36].

І навпаки, більшість європейських і американських дослідників, починаючи з другої половини 1980-х рр., почали акцентувати увагу на ролі і значенні не стільки інформації, скільки знань, що призвело до створення цілого спектру нових визначень сучасного суспільства, серед яких "knowledge society" (суспільство знання), "knowledgeable society" (розумне суспільство) тощо. Дещо пізніше ці погляди почали поділяти й українські дослідники [1, С. 71–76; 5; 6; 23], надаючи перевагу знансєвим аспектам розвитку суспільства перед інформаційними, вважаючи знання поняттям вищого рівня у порівнянні з інформацією.

Отже, інформація і знання як основа сучасної постіндустріальної економіки увійшли в науковий обіг пізніше, ніж попередні поняття в межах сервісної економіки. Тут є певна послідовність і логіка, і це можна пояснити. Розвиток сфери послуг і подальше вдосконалення традиційних виробництв у вторинному секторі – промисловості та будівництві, обумовлює значний прогрес в науці, освіті, культурі, а їхні досягнення, у свою чергу, реалізуються у піднесенні інформації та знань, перетворенні їх на основний ресурс суспільно-економічного розвитку.

Виробництво і споживання інформації та знань як основного ресурсу інформаційного суспільства порівняно з матеріальними благами характеризується певними принциповими особливостями. Вони в процесі споживання не знищуються, не зникають як матеріальні блага, хоча можуть морально застаріти і вийти зі сфери споживання. Якщо матеріальні блага завжди рідкісні, обмежені, тому і споживання їх можливе обмеженою кількістю господарюючих суб'єктів. Продукти ж інформації, знань, по суті, можуть використовуватися необмеженим числом господарюючих суб'єктів. Це відкриває небачені раніше можливості зростання суспільного виробництва та підвищення його ефективності.

Друга специфічна риса споживання інформації полягає у тому, що на відміну від споживання матеріалів або енергії, які призводять до збільшення ентропії у Всесвіті, використання інформації, навпаки, збільшує знання людини, підвищує організованість у навколишньому середовищі і зменшує ентропію. Поширення і розвиток інформаційних технологій досягли такого рівня, що сьогодні вони визначають економічний потенціал держав і впливають на їхнє становище у світовому поділі праці. Інформаційні технології постійно розвиваються і впливають на всі сторони суспільного життя.

Таким чином, формування теорії інформаційного суспільства, тобто такого суспільства, у якому виробництво інформаційного продукту є пріоритетним у порівнянні з виробництвом матеріальних цінностей, стає цілком закономірним. Прихильники теорії інформаційного суспільства поєднують його становлення з домінуванням четвертинного сектору економіки, що слідує за сільським господарством, промисловістю і сектором послуг, а капітал і праця поступаються місцем інформації і знанням як основі інформаційного суспільства та інформаційної економіки.

Насамкінець необхідно зазначити, що при всій різноманітності розглянутих теорій сучасного і майбутнього суспільства вони не стільки заперечують одна одну, скільки доповнюють. В них так чи інакше концептуалізується зміна характеру і соціальних функцій наукового

знання, з яким прямо чи опосередковано пов'язані ці трансформації. У зв'язку з цим можна зробити наступні узагальнення стосовно тенденцій в перспективі знання, зокрема в економічній галузі. Виявлені в ході аналізу теорій постіндустріального та інформаційного суспільств як теорій сучасного і майбутнього суспільств тенденції дають можливість говорити про те, що наприкінці XX – на початку XXI ст. виникла економіка нового типу, інформаційно-знансєва економіка, яка є основою для інформаційно-знансєвої економіки, за допомогою якої зростають можливості прискорення розвитку науково-технічного знання.

Основними характеристиками інформаційної економіки є: 1) перетворення науки в безпосередню продуктивну силу і підвищення значення нематеріальних, зокрема інформаційно-знансєвих активів; 2) виникнення глобальної мережі фінансового капіталу та поєднання фінансового капіталу з високими технологіями, що забезпечує їх переважний розвиток; 3) посилення зміни галузевої структури виробництва на основі випереджального росту сектору послуг та його структурування у напрямку від структурування суто третинного сектору до появи четвертинного сектору за межами третинного, що обумовлено зростанням попиту на інформацію та знання; 4) зміна структури зайнятості, зниження частки зайнятості в традиційних галузях, та абсолютне і відносне зростання зайнятості в інформаційно-знансєвих галузях виробництва; 5) децентралізація управління виробництвом і перехід від вертикального (ієрархічного) до горизонтального (мережевого) принципу організації; 6) демасифікація виробництва з урахуванням зміни попиту і включення до нього культурного елементу; 7) диверсифікація, індивідуалізація і фрагментація праці.

Бурхлива експансія "знансємістких" галузей (knowledge industries), що розпочалась в середині 1970-х рр. і продовжилась в наступні десятиліття, включно до сьогодні, перетворила інформаційний сектор економіки у невід'ємну складову сучасної економіки, який відіграє все зростаючу роль у господарському і суспільному житті. У сучасному його розумінні включає в себе передові галузі матеріального виробництва, що забезпечують технологічний прогрес, галузь, що пропонує послуги комунікації і зв'язку, виробництво інформаційних технологій і програмного забезпечення, а також, все зростаючою мірою, різноманітні галузі освіти.

Таким чином, теорію інформаційного суспільства, незважаючи на її окремі незначні недоліки, можна і необхідно розглядати як складову частину теорії постіндустріального суспільства та як методологічну основу теорії інформаційної економіки, так само, як інформаційна економіка є невід'ємною складовою постіндустріальної сервісно-інформаційної економіки, а теорія інформаційної економіки – її теоретико-методологічним підґрунтям. В контексті постіндустріальної інформаційної методології багато конкретних положень, запропонованих в ході дослідження інформаційного суспільства та інформаційної економіки, значно поглиблюють наші уявлення про сучасне суспільство та його господарську сферу, і які необхідно використовувати при розробці і реалізації економічної політики урядом України з огляду на нові світогосподарські реалії.

Отже, соціологічний аспект осмислення в межах теорії інформаційного суспільства процесів і явищ, що відбуваються в суспільстві під впливом сучасної інформаційно-технологічної революції та зростання інформації і знання як факторів виробництва, становить методологічну основу для суто економічного аналізу цих факторів, що й призводить до появи теорії інформаційної економіки. Розвиток теорії інформаційної економіки

на рубежі XX–XXI ст. здійснюється, насамперед, в межах концепції асиметрії інформації нобелівських лауреатів (2001 р.) М. Спенса [16, С. 484–534], Дж. Стігліца [18, С. 535–629], Дж. Акерлофа. Дослідження проблеми асиметрії при укладанні угод та ефекті несприятливого відбору здійснював С. Росса [35, Р. 134–139]. Важливої ролі інформаційним аспектам надають в транзакційних інформаційних теоріях Р. Коуз – в теорії фірми [8, С. 30–48] та Дж. Стіглер – в теорії пошуку інформації [17, С. 507–529]. Українська думка в розробці нової інформаційної парадигми найбільш повно представлена теорією інформаціологічної економіки та інформаційно-генної моделі економіки В. Мунтіяна [13].

В контексті цієї статті, зазначені аспекти теорії інформаційної економіки є предметом подальшого окремого розгляду. Особливого значення це набуває з огляду на те, що одним із пріоритетів української держави на сучасному етапі є "розвиток конкурентних переваг вітчизняної освіти та науки", а "сучасні технології, доступність освіти – це реальний шлях до інформаційного суспільства" [38]. Одним із завдань у цьому напрямі є проведення на державному рівні в 2011 році "року освіти та інформаційного суспільства" [39]. Але, для успішного руху України в напрямі побудови інформаційного суспільства та інформаційної економіки, для розробки й успішної реалізації в ході господарської практики відповідної економічної політики і необхідні теоретико-методологічні засади теорії інформаційної економіки як основи нової теоретико-економічної парадигми.

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. Перевод с англ. – М.: Academia, 1999. – 956 с.
2. Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая

технократическая волна на Западе. / Сост. и вступ. статья П.С. Гуревича. – М.: Прогресс, 1986. – С. 330 – 342. 3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с. 4. Маруховский О.О. Информационное суспільство: теоретико-концептуальні засади: Навчальний посібник. – К.: Університет економіки та права "КРОК", 2007. – 136 с. 5. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / пер. с англ. – М., 1966. 6. Мунтиян В.И. Информационная парадигма. – Киев: Издательство "КВІЦ", 2006. – 632 с. 7. Осипов Г.В., Степаншин С.В. Экономика и социология знания: практическое пособие. – М.: Наука, 2009. – 220 с. 8. Сакайя Т. Стоимость, создаваемая знанием, или история будущего // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.Л. Изомецева. – М.: Academia, 1999. – С. 337 – 371. 9. Стиглиц Е. Джозеф. Информация и смена парадигмы в экономической науке. Нобелевская лекция 8 декабря 2001 г. / Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков. В 5 т. / Т. V. В 2 кн. Кн. 2. – М.: Мысль, 2005. – С. 535 – 629. 10. Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // Новая технократическая волна на Западе / Сост. и вступ. статья П.С. Гуревича. – М.: Прогресс, 1986. – С. 392 – 409. 11. Тоффлер Э. Третья волна. – М.: ООО "Фирма "Издательство АСТ", 1999. – 784 с. 12. Узбестер, Фрэнк. Теории информационного общества / Фрэнк Узбестер; Пер. с англ. М.В. Арапова, Н.В. Малыхиной; под ред. Е.Л. Вартаковой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с. 13. Україна у вимірі економіки знань / За ред. В.М. Гейця. – К.: Основа, 2006. – 592 с. 14. Чухно А.А. Інституційно-інформаційна економіка: підручник / А.А. Чухно, П.М. Леоненко, П.І. Юхименко; за ред. акад. НАН України А.А. Чухна. – К.: Знання, 2010. – 687 с. 15. Clark. G. The conditions of economic progress. □ N. Y., 1957. 16. Clark Colin G. The Economics of 1960, L., 1942. 17. Fourastié J. Le grand espoir du XXe siècle. P., 1949. 18. Machlup, Fritz. The Production and distribution of Knowledge in the United States. Princeton, NJ: Princeton University Press. – 1962. 19. Martin W.J. The Global Information Society. Aldershot: Aslib Gower; Brookfield, Vt. USA: Gower, 1995. 20. Masuda Y. The Information Society as Post-Industrial Society. – Washington, 1981. 21. Porat, Marc. The Information Economy: Definition and Measurement, Washington D.C.: US Department of Commerce, Office of Telecommunications. – 1977. 22. Sakaia T. The Knowledge-Value Revolution or History of the Future. – Tokyo – N.Y., 1991. 23. Stonier T. The Wealth of Information. A Profile of the Post-Industrial economy. L., 1983.

Надійшла до редколегії 11.02.11

УДК 330.1

В. Кондрашова-Діденко, канд. екон. наук, доц.,
Л. Діденко, канд. філос. наук, доц.

САМОЗАПЕРЕЧЕННЯ КРАЇНОВОЇ ЕКОНОМІКИ: ОСОБЛИВОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТ-НАСЛІДОК

Обґрунтовано, що на певному етапі розвитку країнової економіки виникають нові явища і процеси, які уможливають її самозаперечення.

Ключові слова: економіка, заперечення, самозаперечення, культура, ресурс, інтелект, знання.

Обосновано, что на определенном этапе развития в самой страновой экономике зарождаются и рождаются новые явления и процессы, делающие возможным ее самоотрицание.

Ключевые слова: экономика, отрицание, самоотрицание, культура, ресурс, интеллект, знания.

It is substantiated that country economy is giving birth to new processes and phenomena which cause its self-denying.

Keywords: economy, denial, self-denying, culture, resource, intellect, knowledge.

На сучасному етапі розвитку людини і людства здійснюється перехід від індустріальної до постіндустріальної цивілізації/епохи, від економічної до неекономічної системи суспільства. І це природно. Адже будь-яке явище і/або процес, термін і/або поняття перебуває в русі: від свого виникнення до своєї зрілості через змінюваність змісту і форми, типів і видів, умов і чинників, результатів і наслідків. Одним з них є виробництво країни. З моменту виникнення і дотепер останнє суттєво змінило і змінює зміст (перетворювання природного світу на перетворювання природного і штучно створеного світу як помешкання людини і людства), субстанційну основу (землю на машину, машину на інтелектуальні здатності особистості, останні на штучний інтелект у взаємодії з людським), тип (аграрний на індустріальний, індустріальний на постіндустріальний, постіндустріальний на ноосферний) тощо.

За субстанційною основою (ядром) виробництва виокремлюють аграрний, індустріальний, постіндустріальний і ноосферний типи. Перші два типи виробництва характеризують такі особливості, як: базування на рід-

кісних та обмежених природних ресурсах, переважання сфери матеріального виробництва і відповідно матеріального продукту-результату, зведення країнового багатства тільки до створених матеріальних благ, акцентування на кількісних параметрах праці та продукту-товару, тобто загалом на вартісних показниках і т. ін. Тому аграрний та індустріальний типи виробництва постають економікою за визначенням.

Відомо, що економіка як аграрний та індустріальний типи виробництва є поняттям та явищем історичним: вона, з'являється на певному етапі розвитку людини та виробництва, з часом на певному етапі має зникнути задля звільнення місця для нового типу виробництва – неекономічного, тобто постіндустріального, а далі – ноосферного. Це закономірний процес, на який звернули увагу ще стародавні мислителі – все, що мало початок, має і кінець (Арістотель). Проте дотепер залишається невідомим на якому саме етапі розвитку людства і самої країнової економіки та завдяки чому і/або кому це станеться. Суперечність між відомим і невідомим у поступальному розвитку країнової економіки є тією про-

© Кондрашова-Діденко В., Діденко Л., 2011

блемою, розв'язанню якої присвячена презентована стаття. Саме дана проблема і визначає тему нашого дослідження, розкривання якої здійснюватимемо через сходження від знання до не-знання і далі від не-знання до нового знання.

Означена проблема так формулюється і ставиться в економічній теорії вперше, а, отже, потребує віднайдення ефективних шляхів розв'язання. Щоправда, наші попередники (Арістотель, К. Маркс, Г. Башляр, В. Вернадський, Л. Ларуш) розмірковували над тими чи тими її питаннями і/або аспектами, а сучасні вчені – філософи, економтеоретики, економсоціологи – (А. Гапоненко, А. Горц, В. Діденко, В. Кондрашова-Діденко, П. Нікітєнко, В. Радаєв, Т. Степанова, А. Чухно) продовжують досліджувати ті з них, які й дотепер залишаються важливими з погляду і майбутнього для розвитку людини та людства, країнового та глобального виробництва.

Існуючі концепції і/або теорії розвитку сучасної країнової економіки як доіндустріального та індустріального типу виробництва, розроблені вітчизняними та закордонними вченими, не викликають у нас сумніву. Проте вони, зазвичай, дуже вузько відображають і пояснюють багатогаспектний розвиток економіки. Аналізування їхніх концепцій і/або теорій уможливило висновування: дотепер є малодослідженими умови та чинники змінюваності економіки, взаємообумовленість та взаємозв'язок активності і затухання її розвитку, зрілість як початок її кінця – заперечення самої себе.

Метою статті є обґрунтування тези, згідно з якою: в досяганні своєї зрілості і вивершеності країнова економіка сама заперечує себе. Означену мету реалізовуватимемо через розв'язання таких завдань: визначення змісту заперечення як філософського поняття, явища і феномена; витлумачення сутності самозаперечення економіки; виявлення та характеризувати умов і чинників уможливлення самозаперечення економіки як доіндустріального та індустріального типу виробництва; визначення результату-наслідку самозаперечення країнової економіки.

Вихідним поняттям у презентованій статті постає "заперечення", оскільки розуміння його сутності уможливить правильний вибір способів і/або шляхів розв'язання поставлених нами завдань задля реалізування мети.

Заперечення та самозаперечення як його вид. Поняття "заперечення" відоме в науці здавна: воно бере витoki із розмірковувань ще стародавніх мислителів. Нині досліджують заперечення і як поняття, і як явище, і як процес у межах різних галузей гуманітарного знання – філософії, логіки (насамперед класичної та неklasичної), культурології, лінгвістики і навіть економічної теорії, що спричинило наявність цілої низки теоретико-методологічних підходів до розуміння його сутності. Наприклад, у філософії обґрунтовують заперечення як поняття і феномен, що фіксує один з об'єктивно необхідних моментів розвитку, як умову якісної зміни речей, явищ і процесів (А. Аверін, Б. Болотова, В. Лекторський, А. Нікіфоров, В. Швирьов та інші); а в логіці витлумачують заперечення як операцію виведення нового висловлювання з існуючого, пов'язуючи його з хибю або істиною, тобто через процедури формалізування та наділяння його певними атрибутами (А. Ішмуратов, Г. Прест, М. Смандорг, Т. Стіл, інші). В економічній теорії ще й дотепер відсутні праці, присвячені спеціальному дослідженню заперечення й особливо механізму його практичної "роботи". Щоправда, нині починають з'являтися праці вчених-економістів, котрі використовують/застосовують поняття "заперечення" в розв'язанні тих чи тих проблем, не вдаючись до витлума-

чення його сутності та головного (хоча б функціонального) призначення.

То що ж таке заперечення? Чи пов'язане з ним самозаперечення? Зазвичай, поняття "заперечення" витлумачують як повне "знищення того, що заперечується" і/або як "зняття", тобто "збереження певних його сторін", необхідних для подальшого його розвитку [1, с. 205]. В презентованій статті ми базуватимемо наші розмірковування на розумінні заперечення як філософського феномена, завдяки якому проявлятиметься сутність досліджуваного.

З багатьох візій концепту висновуємо: заперечення постає як відкидання того чи іншого феномена, речі, явища, процесу; завдяки йому фіксують наявність/відсутність окремих характеристик того чи іншого об'єкта; воно постає зовнішнім стимулюванням суб'єкта до певних дій через напередвисловлену іншим недопущеність; може бути "згорненою творчою потенцією"; комплексом суб'єкт-зорієнтованих можливостей тощо. Загалом концептом "заперечення" передбачають співіснування бінарій, одна з яких "врівноважує" іншу. Базовими є пари, що утворені з врахуванням причинно-наслідкових зв'язків: "позитивне/негативне", "потенційне/реалізоване", "можливе/здійснене".

Суб'єкт мислить поняттєво-категорійними парами, на противазі головних елементів чого виявляє сутність досліджуваного феномена. Кожному феномену, речі, явищу, процесу необхідно дати (радше навіть "приписати") окреме визначення. Останнє має схоплювати більшість виявлених характеристик, що ними досліджуване відрізняється від собі подібних та інших елементів матеріального світу. Мислителі західноєвропейської традиції "практикували" визначення через відкидання невласливих характеристик того чи іншого шуканого. Таким чином обмежували "царину наявності" через фіксування/виявлення відсутності.

Заперечення є неоднозначним полівимірним утворенням, яке необхідно застосовувати як метод, що ним (його дією) проявлятимемо унікальність концепту "країнова економіка". Варто відразу наголосити, що терміном "концепт" ми передаємо усю повноту країнової економіки – як феномена, як поняття, як процесу тощо.

За параметром суб'єкт-втручання природа заперечення подвійна – зовнішня (тобто нав'язана) та внутрішня (тобто самосформована). Останню номінують "самозаперечення", оскільки суб'єкт його сам витворює, підживлює та уможливорює його існування-через-застосовність. Нав'язане заперечення постає чужинним щодо суб'єкта, на котрий спрямоване. Самосформоване натомість "рідне" для суб'єкта, оскільки є частиною його життя-світу (хоча на його – заперечення – формування могли впливати зовнішні обставини як "матеріалопостачальники"). Згадані зовнішні обставини "задають" ідею або умови для формування та/або появи і подальшого розвивання. Власне самозаперечення – процес креативний, оскільки його мету "задає" сам феномен незалежно від його природи – (не)органічної.

Економіка і як явище, і як процес є динамічною: у своєму розвитку вона постійно змінює зміст і форму. Це обумовлено впливанням на неї зовнішніх і внутрішніх чинників. У системі останніх, на думку одних сучасних учених-економістів (їх переважна частина), визначальну функцію покликані виконувати економічні чинники, а на думку інших – культуро-соціальні. З нашого погляду, їхня думка є правильною. Проте вона такою може бути тільки за певних умов. Йдеться насамперед про часткову зміну змісту економіки (деяких аспектів змісту), набуття нової форми, незмінності субстанційної основи тощо. Адже економічні чинники "працюють" переважно

у поверхневих пластах типу виробництва. Тому саме вони є важливими (якщо не головними) у спричинюванні переходу економіки на новий етап свого розвитку та набування нової форми, відповідної частково зміненому її змісту, але не переходу від існуючого типу виробництва до нового. При цьому ядро, тобто субстанційна основа економіки не змінюється. А звідси висновок: економіка і надалі залишається аграрним або індустріальним типом виробництва за визначенням. Культуро-соціальні чинники здійснюють своє впливання як у поверхневих, так і в глибинних пластах економіки. Проте сила і результат-наслідок їх впливання в означених пластах останньої є різними. Це насамперед залежить від рівня розвинутої/зрілості економіки як доіндустріального і/або індустріального типу виробництва. На сучасному етапі свого розвитку економіка досягла найвищого рівня. Тому можна висновувати, що культуро-соціальні чинники мають нині найбільшу статусну силу впливання в різних пластах економіки – особливо в глибинному пласті, тобто в її ядрі. Проте означені чинники спричиняють не зміни в останньому, а формування нового ядра.

Субстанційна основа/ядро є тією ознакою, яка уможливує розрізнення типів виробництва (доіндустріального, індустріального, постіндустріального та ноосферного, тобто економіки й інтелектоміки) та етапів і/або циклів їх розвитку (початкового та завершального) тощо. Такою основою аграрної економіки є земля як природний ресурс, індустріальної економіки – машина як природно-штучний матеріально-речовий ресурс. Сучасна економіка, перебуваючи на останньому етапі завершального циклу свого розвитку, функціонує у формі інтелектуально зорієнтованої економіки, яка вже не є індустріальним типом виробництва за визначенням. Це економіка перехідного періоду, що постає медіатором між двома типами виробництва – минулим і майбутнім, тобто економікою та інтелектомікою. В інтелектуально зорієнтованій економіці відбувається формування нової субстанційної основи – інтелектуально розвиненої людини натомість машини як матеріально-речового ресурсу. В даному разі йдеться про людину як особистість, котра поєднує в собі креативність, творчість, розумність, мудрість, моральність, людськість та інші риси, що власне роблять її Людиною. Особистість як субстанційна основа – це те нове, що зародилося і народжується в лоні самої економіки, індустріального типу виробництва. Формування означеної основи зумовлює виникнення низки й інших явищ і процесів, що є не притаманними економіці за її визначенням, але необхідними у становленні нового постіндустріального (не-економічного) типу виробництва та суспільства планетарного характеру. Саме вони й руйнують зсередини економіку, що "знає тільки товарну вартість" [2, с. 85]. Означені явища і процеси укорінені в загальній та економічній культурі, оскільки сама людина, котра має постати субстанційною основою нового типу виробництва, "існує всередині" культури і невіддільна від неї" [3, с. 7].

Культуру нині витлумачують по-різному. З нашого погляду, культура загалом і культура виробництва є системою цінностей, що покликані сприяти розвитку і процвітанню самої людини як актора, суспільства та економіки країни. Однією з важливих компонент даної системи є знання різноманітних типів, видів та підвидів [4, с. 109].

У процесі виробництва використовують нині теоретичні і прикладні, раціональні та емпіричні знання. Означені знання можуть бути як кодифікованими, так і некодифікованими; як живими, так і формалізованими. Сьогодні найважливішим постає живе, неформалізоване, знання. Воно охоплює повсякденні навички та вмін-

ня, на основі яких вибудовуються професійні компетенції [2, с. 44]. Йому не можна навчитися – його набувають на практиці, яка називається "школа життя". Тому живе знання формується завдяки здібностям і здатностям актора працювати над собою і створювати самого себе. Воно, за твердженням А. Горца, є важливою компонентою культурної спадщини. Живе знання – це те знання, яким людина (й особливо актор) володіє, використовує у своїй життєдіяльності, але не передає його іншим. У даному разі найважливіше полягає в тому, що некодифіковані (або живі) знання є невіддільними від людини як актора. А звідси постають наслідки: якщо працівник з тих чи тих причин залишає робоче місце, то ці знання підприємство втрачає назавжди разом з працівником. Тому нині у корпораціях, які розвиваються навчаючись, організовують відділи, працівники яких різними методами вилучають некодифіковані знання в талановитих акторів задля їх використання і після того як ті не працюватимуть на даному підприємстві. Адже жодна компанія не є впевненою, що талановиті працівники як власники некодифікованого знання постійно працюватимуть на її благо і не відмовляться від ліпших умов діяльності на іншому підприємстві. При цьому виникає принаймні дві проблеми. Перша проблема. Нині особлива значущість належить не самому знанню, а його недостатності [4, с. 108]. "Саме недостатність знання часто постає соціальним аргументом", особливо "коли сциєнтифікація суспільства комбінується <...> з необхідністю зворотного зв'язку знання з діяльністю" [4, с. 108]. Друга проблема. Необхідний (-і) засіб/засоби, за допомогою якого (-их) можна було б використовувати нові і найновіші знання, що є у власності чи в розпорядженні корпорації, для створення конкурентоздатної цінності та удосконалення самого працівника. Ці дві проблеми взаємообумовлені, взаємопов'язані і взаємодіючі. Тільки людина як особистість може розв'язати кожну з них завдяки тим властивостям, які неможливо мати за наказом: розсудливість, вмінню справлятися з непередбачуваними ситуаціями тощо [2, с. 25]. При цьому витрачений час, як справедливо зауважує М. Лаззарато, не може вважатися мірилом створеної вартості, оскільки найважливішою виявляється тепер здатність до координації [5]. Наразі працівник постає вже не просто власником своєї принесеної ззовні робочої сили (тобто вмінь, які визначив замість нього роботодавець), а продуктом самовиробництва, що продовжує працювати над самостворенням [6]. Схожі висновки роблять М. Комб і Б. Асп: сьогодні вже не окремі працівники засвоюють собі "культуру підприємства", а навпаки, підприємства відшукують у зовнішньому світі, тобто повсякденній людській культурі, потрібні їм уміння і здатності [7]. Проте самостворення людини як особистості, котра здатна виконувати статусну роль субстанційної основи постіндустріального типу виробництва, не відбувається на голому місці – воно базоване на "загальній культурі і загальному знанні, поширюваних в процесі первинної соціалізації" [2, с. 25]. При цьому йдеться про те, що людина як актор створює сама себе такою, якою вона є в реальності. Щоправда, це потребує навчання протягом усієї життєдіяльності.

Живе і формалізоване знання – це головні і визначальні компоненти багатства країни. Перше нині становить переважну частину останнього. Знання є не тільки багатством країни, але й важливим джерелом його формування.

Головним засобом створення живого знання, опанування формалізованого знання і використання його в процесі виробництва матеріального і нематеріального продукту задля задоволення потреб інших людей є

природний (людський) інтелект. Інтелект визначають сьогодні по-різному. Наприклад, витлумачують як єдність розуму та моральності людини. З нашого погляду, інтелект доцільніше визначати як триєдність розуму, моральності і мудрості людини. Важко не погодитися і з А. Горцем, що інтелект є широким спектром здібностей і здатностей людини: від здібностей судження і розрізнення до душевної відкритості і навчання новому. Цей феномен, за твердженням французького дослідника, включає так само і здатності пов'язування нового знання з уже існуючим досвідним знанням [2, с. 23]. Інтелект постає водночас джерелом нового знання (живого та формалізованого) і засобом, за допомогою якого здійснюється опановування існуючого знання та його використання в процесі виробництва матеріального та нематеріального продукту й надання послуг. Такі розмірковування уможливають висновування: нині не праця постає джерелом вартості продукту, а інтелект людини. Складною проблемою ще й дотепер залишається вимірювання вартості, створеної людським інтелектом. Сьогодні в жодній країні світу немає досконалої методики вимірювання й інтелекту як джерела цінності продукту та країнового багатства.

Інтелект і живе знання людини – ресурси виробництва матеріального та нематеріального продукту. За певних умов й інтелект, і живе знання можуть набувати форми капіталу. Це означає, що дані ресурси в процесі їх використання можуть (або не можуть) створювати матеріальний і нематеріальний зиск (інтелектуальний, соціальний тощо). Проте інтелект і живе знання, набувши форми капіталу, постають особливими. Дана особливість полягає в тому, що вони не служать "виробництву товарної вартості", не народжують "гіпер- або панкапіталізм" [2, с. 76], а найголовніше, що саме вони є запереченням "капіталізму, товарних відносин і праці як товару" [2, с. 76]. Це чітко проявляється на сучасному етапі розвитку економіки як інтелектуально зорієнтованої. Тому інтелектуально зорієнтована економіка є запереченням товарної вартості та економіки як індустріального типу виробництва загалом.

Процес самозаперечення економіки завершується формуванням інтелектономіки як нового неекономічного типу виробництва – постіндустріального та ноосферного. Субстанційна основа інтелектономіки – це особистість. Визначальними ресурсами постіндустріального типу виробництва стануть інтелект та живі знання

людини. Саме вони будуть багатством країни та головними джерелами його формування.

Наші розмірковування щодо самозаперечення економіки як індустріального типу виробництва уможливили такі висновування, як: 1) заперечення – зняття життєздатного в розвитку того чи того явища, процесу; 2) самозаперечення економіки постає запереченням старого досвіду розвитку виробництва новим; 3) самозаперечення економіки – це, по-перше, результат розвитку самої економіки як аграрного та індустріального типів виробництва; а, по-друге – народжування самою економікою процесів та явищ, неадекватних економіці за її визначенням, оскільки вони визначають інші типи виробництва – неекономічні: постіндустріальний та ноосферний. Такими явищами і феноменами є інтелект та живі знання людини, що використовуються як ресурси в інтелектуально зорієнтованій економіці. Саме вони постають запереченням товарних відносин, товарної форми праці, вартості зокрема та економіки загалом як індустріального типу виробництва; 4) результатом – наслідком самозаперечення економіки постає інтелектономіка як неекономічний – постіндустріальний – тип виробництва.

Перспективні напрями подальших досліджень самозаперечення економіки: за яких умов і як саме відбувається перехід активізації розвитку економіки в його затухання; зрілість економіки і її кінець не тільки і не тільки розвитку, скільки самого існування; чинники, що зумовлюють народження нових понять та явищ, що постають визначальними для наступних типів виробництва – інтелектономіки, наприклад; значущість нових термінів у системі категорійно-поняттєвого апарату науки про виробництво, характерної постіндустріальній цивілізації тощо.

1. Філософський словник / за ред. В. І. Шинкарука. – К., 1986.
2. Горц А. Нематериальное. Знание, стоимость и капитал. – М.: Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. – 208 с.
3. Яковенко И. Г. Риски социальной трансформации российского общества: культурологический аспект. – М.: Прогресс-Традиция, 2006. – 176 с.
4. Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний. – М.: Логос, 2011. – 248 с.
5. Lazzarato M. Le concept du travail immatériel: la grande industrie // Futur intérieur. – 1992. – № 10.
6. Moulier-Boutang Y. La troisième du capitalisme // Vers un capitalisme cognitif. – P.: L'Harmattan, 2000.
7. Combes M., Aspe B. Revenu garanti et biopolitique // Alice. – 1998. – № 1.

Надійшла до редколегії 15.02.11

УДК 659.1.011

А. Вітренко, канд. екон. наук, доц.

ПРОЦЕСИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОГО РИНКУ РЕКЛАМНИХ ПОСЛУГ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ РЕКЛАМИ УКРАЇНИ

В статті розглянуті сучасні глобалізаційні процеси, що відбуваються на світовому ринку рекламних послуг, визначено їх вплив та особливості прояву на рекламному ринку України.

Ключові слова: глобалізація, поглинання, злиття, реклама, ринок рекламних послуг.

В статье рассмотрены современные процессы глобализации, которые происходят на мировом рынке рекламных услуг, определено их влияние и особенности развития на рекламном рынке Украины.

Ключевые слова: глобализация, поглощение, слияние, реклама, рынок рекламных услуг.

The article deals with contemporary globalization processes occurring in the global advertising market, as well as their influence and the peculiarities of the advertising market of Ukraine.

Keywords: globalization, acquisitions, mergers, advertising, advertising market.

Сучасний етап розвитку підприємницької діяльності визначається високим динамізмом та якісними змінами, які покликані задовольняти постійно зростаючі потреби людей. Глобалізаційні процеси, що відбуваються в світі, сприяють становленню ринкових механізмів і наближують вітчизняне підприємництво до світових зразків, яким притаманні свої правила й особливості. Одним із

таких загальновизначених правил є те, що успішне ведення підприємницької діяльності неможливе без використання реклами. При правильній організації реклама є високоефективним засобом розвитку підприємницької діяльності, який сприяє досягненню поставлених стратегічних і тактичних цілей.

До найавторитетніших фахівців у галузі реклами слід віднести Д. Огівлі, Ф. Котлера, Дж. О'Тула, Ф. Джефкінса, К. Бове. На теренах СНД найбільший вплив на теорію реклами мають такі вчені як А. Старостіна, І. Рожков, І. Крилов, В. Сахаров, Є. Ромат та ін.

Однак, не дивлячись на численні дослідження феномену реклами майже в усіх джерелах звертається увага на практичне застосування реклами, на різні її види, соціальний та психологічний вплив реклами на споживача товарів і послуг. В літературі не склався цілісний підхід до економічної сутності реклами, її ролі та значення с сучасних глобалізаційних процесів.

У статті поставлено за мету узагальнення, систематизація та поглиблення розуміння сучасних глобалізаційних процесів на ринку рекламних послуг в світі та в Україні, що має важливе значення для аналізу сучасної світової економічної системи.

Світовий ринок рекламних послуг, як і всі інші ринки, має свої особливості та тенденції. Це сфера, в якій за умов реальної конкуренції здійснюються рекламні заходи, що сприяють експорту вітчизняних товарів і послуг. До основних тенденцій розвитку світового ринку рекламних послуг можна віднести:

- 1) технологічне та технічне ускладнення реклами;
- 2) процеси концентрації рекламної діяльності;
- 3) зростання впливу на ринку рекламних послуг рекламодавців.

Розглянемо ці процеси докладніше.

Зміни на ринку рекламних послуг пояснюються високою динамічністю реклами, яка миттєво реагує на події, що відбуваються на ньому, і виступає певною мірою його індикатором. Оскільки реклама є частиною ринкових відносин, то при будь-яких збоях вона має налаштовуватися на новоутворені умови, змінювати свої форми, вносити корективи у зміст.

Для того щоб конкурувати із транснаціональними корпораціями, які сконцентрували у своїх руках значні фінансові та науково-технічні ресурси, фірмам другого ешелону в сфері просування збуту доводиться інтенсифікувати рекламу для отримання позитивних результатів.

За таких умов боротьба за споживачів – користувачів стає більш відкритою. Новизна та якість виробу тепер значно важливіші, ніж ціна. Тому на сучасному ринку перемагає той, хто поряд із принципово новим виробом запропонує більш досконалі послуги, форми та методи збуту [3]. Це не може не позначитися й на рекламних послугах. Зростання технологічного рівня товарів і послуг, в свою чергу, потребує від реклами технологічного зростання, використання нових засобів і методів підготовки рекламної послуги, нових каналів розміщення рекламного звернення.

Сучасний національний український ринок сьогодні також характеризується технологічною складністю рекламних матеріалів, запровадженням у дію нових рекламних технологій, зростанням обсягу реклами в Інтернеті, використанням нових творчих підходів до виготовлення рекламної продукції.

Процеси глобалізації останнім часом досить сильно впливають на ринок рекламних послуг. Розповсюдження транснаціональних корпорацій, міжнародне поширення реклами, а також активна діяльність великих міжнародних рекламних агентств потребують стандартизації рекламних послуг, а також введення чесних "правил гри" на цьому динамічному ринку.

Міжнародний рекламний ринок буквально захлиснула хвиля злиттів і поглинань. Зниження темпів зростання світової економіки, крах багатьох високотехнологічних компаній, падіння купівельної спроможності громадян змушують рекламодавців очікувати від рекламних

агентств більш ефективного використання рекламних бюджетів. Це під силу лише великим гравцям, здатним запропонувати глобальні, інтегровані рішення. Отже, процес консолідації міжнародних рекламних агентств на Заході – цілком логічне явище.

Сьогодні на світовому рекламному ринку склалася ситуація, коли основний дохід отримують п'ять транснаціональних операторів, до яких належать Interpublic Group of Cos., Publicis Group, Omnicom Group, WPP Group, Havas. Ці бізнесові групи не можна назвати рекламними агентствами, адже це величезні системні об'єднання, до складу яких входять рекламні агентства повного циклу, медіа-баїнгові агентства, ЗМІ, організації, що надають паралельні послуги (маркетингові дослідження, спеціальна реклама тощо).

До сфери інтересів всіх рекламних груп входять США та Європа. Це пояснюється найбільшим у світі рівнем витрат на рекламу в США. Крім того, дев'ять з десяти найбільших світових рекламодавців розташовані на території США та Європи. Ці промислові об'єднання мають великі рекламні бюджети, фактично своїми коштами вони утримують засоби масової інформації і тому мають реальну можливість з їх допомогою проводити власну політику на ринку рекламних послуг. За таких умов боротьба за рекламодавців стає відкритою.

Новизна та якість рекламної послуги тепер значно важливіші, ніж ціна. Зростання технологічного рівня товарів і послуг вимагає від реклами технологічного зростання, використання нових засобів і методів підготовки рекламної послуги, нових каналів розміщення рекламного звернення.

Особлива необхідність у консолідації міжнародних рекламних агентств і прискоренні процесів глобалізації на рекламному ринку виникає в світлі прогнозів щодо можливого розвитку міжнародного рекламного ринку. Незважаючи на попередні ознаки відновлення ринку реклами, попит на послуги європейської рекламної індустрії в 2010 р. був, як і раніше, невисокий. Такі дані наведено в доповіді рейтингового агентства Standard & Poor's Ratings Services. Крім того, компанії скоротили капітальні витрати. Європейський рекламний ринок розвивається вслід за американським, котрий демонструє вразливість відновлення попиту на послуги європейського сектора. Перспективи економіки й політики залишаються досить невизначеними, споживача довіра до товарів широкого вжитку також зменшується. Крім Німеччини, Standard & Poor's демонструє обережний оптимізм, очікуючи незначного відновлення європейського рекламного сектора в майбутньому.

Одним із перших поглинань, що відкрило "нову сторінку" у глобалізації рекламних агентств, стало придбання в червні 2000 р. за 1,9 млрд дол. США французьким Publicis британської рекламної групи Saatchi & Saatchi. Однак найвизначальнішою подією того року стало поглинання британським концерном WPP Group після чотирьох місяців напружених переговорів, американського рекламного агентства Young & Rubicam. Сума найбільшої в історії рекламного бізнесу угоди дорівнювала близько 5,5 млрд дол. США. І на якийсь час WPP стає провідною рекламною агенцією світу з річним доходом 6,6 млрд дол. США. Сьогодні це об'єднання поєднує три рекламні агенції: Young & Rubicam, Ogilvy & Mather Worldwide і J. Walter Thompson.

Подібні "потрійні союзи" останнім часом стають особливо популярними. Наприклад, Omnicom Group володіє трьома мережевими рекламними агентствами – BBDO Worldwide, DDB Worldwide і TBWA Worldwide. Водночас, американська рекламна агенція Interpublic, хоча й містила в собі дві агенції (McCann-Erickson WorldGroup і Lowe

Group), після купівлі в 2001 р. True North Communications за 2,1 млрд дол. США відновила рівновагу, і з третього рядка у світовому рейтингу рекламних груп піднялася на першу. Основний інтерес для Interpublic у True North має належність до цієї компанії однієї із найстаріших рекламних агенцій у світі – FCB Worldwide.

Більшість західних аналітиків ринку дотримуються в думки, що процеси глобалізації західної рекламної індустрії обумовлені прагненням рекламних агенцій:

- по-перше, розширити чисельність клієнтів;
- по-друге, запропонувати їм більш широкий спектр послуг (промоушн заходи, PR кампанії, директ-маркетинг), використовуючи для цього нові можливості;
- по-третє, знизити операційні витрати;
- по-четверте, зміцнити позиції на різних сегментах ринку.

Отже, рекламні агенції, що зуміли створити подібні альянси, можуть розраховувати на стабільний приріст продажу своїх рекламних послуг у довгостроковій перспективі.

Рекламний бізнес, як і будь-який інший, відчуває на собі наслідки глобалізації світової економіки. Найбільші світові транснаціональні компанії, зокрема Unilever, Procter & Gamble, Coca-Cola і Pepsi-Cola, що проводять глобальні рекламні кампанії, найчастіше звертаються до послуг рекламних агенцій із широкою мережею філій у світі. В основі глобалізації великих операторів рекламного ринку лежать макроекономічні причини. Реклама відображає тенденції розвитку суспільства та культурні й економічні. Компанії рекламодавці змінюють свою стратегію продажу, комунікаційну політику, спілкування з аудиторією, відповідно рекламні агенції змушені змінювати свою стратегію.

Крім того, агенції все частіше зустрічаються з необхідністю розширювати свої послуги, зокрема пропонувати клієнтам нові можливості – Інтернет-маркетинг. Тому вони купують компанії, що спеціалізуються в таких галузях економіки. За всім цим стоїть не тільки пряма економічна вигода, а й прагнення поліпшити якість обслуговування. Прагнення до ефективного управління брендами, потребує рекламування марки не тільки на телебаченні та радіо.

Слід зазначити що, збільшення кількості глобальних брендів усе більше вимагає зсуву акцентів у рекламних кампаніях у бік їх універсальності. Велика частина доходів власників брендів останнім часом стала належати ринкам за межами країн першої рекламної трійки (США, Німеччина, Японія). Зокрема, у Procter & Gamble ця цифра сягає до 60%. За прогнозами західних аналітиків ринку, ці цифри збережуть стійку тенденцію зростання в майбутньому [7]. Звідси очевидно, що проведення рекламних кампаній у світовому масштабі приносить більший дохід для рекламних агенцій, ніж, наприклад, у США або Європі.

Разом з тим існує і зворотний бік збільшення рекламних агенцій – так званий конфлікт інтересів клієнтів. Проблема полягає в тому, що великі рекламодавці, такі як Procter & Gamble, не бажають працювати з рекламними агенціями, що обслуговують їхніх конкурентів. Це обмежує процес глобалізації. Групи, що об'єдналися, змушені йти на різні нестандартні кроки, зокрема дозволяють своїм агенціям працювати незалежно та навіть конкурувати між собою. Так, коли WPP купила Young & Rubicam, їй уже належали рекламні агенції Walter Thompson і Ogilvy&Mather, і вони як конкурували з Young & Rubicam до цього, так і конкурують з ним зараз.

Спільний власник не заважає їм конкурувати, боротися за клієнтів, брати участь у тендерах, мати автономні структури і свою філософію. Збереження різних

культур рекламних агенцій, що входять до одного величезного холдингу, дає змогу кожному з них зберігати високу конкурентоспроможність.

На нашу думку, одна з головних причин рекламної глобалізації – ризикованість цього бізнесу. Великий клієнт може піти навіть тому, що йому, припустимо, не сподобався рекламний макет. Втрата навіть одного такого замовника найчастіше може суттєво знизити прибуток рекламної агенції. До сьогодні на світовому ринку існували три найбільших гравці – Interpublic Group of Cos (PA McCann Erickson, FCB і ін.), WPP (Ogilvy&Mather, Walter Thompson Co, Young&Rubicam і ін.), Omnicom Group (BBDO, DDB, TBWA і ін.). Оскільки останнім часом ситуація на світовому рекламному ринку змінилася, з'явилися нові об'єднання, а рентабельність рекламного бізнесу зменшилася, всі вони поводяться досить агресивно. Причому схема таких купівель досить цікава. Придбані агенції раніше входили в інші, дрібніші, холдинги, яким з тих або інших причин не вистачило критичної маси, щоб зайняти лідерські позиції. В результаті вони виявилися поглиненими більш сильними гравцями.

Інші холдинги, що не потрапили до сфери інтересів "великої трійки", доклали значних зусиль, щоб зміцнити свої позиції. Наприклад, Leo Burnett і D'Arcy об'єдналися в Bcom 3 Group, однак не встигли вийти на біржу та випустити свої акції, оскільки почалася світова економічна криза. Не отримавши доступу до дешевого грошового ресурсу, що дає біржа, холдинг не зміг зростати з такою самою швидкістю, як інші сильні гравці. Publicis Group також не добирав в обсягах, щоб увійти в "клуб трьох", проте на відміну від Bcom 3 Group котувався на біржі. В результаті Publicis Group зумів зробити керівництву Bcom3 Group пропозицію, від якого ті не змогли відмовитися. Отже, Publicis Group став четвертим великим світовим холдингом. Причому, тепер він одержав занадто багато агенцій (Saatchi&Saatchi, Publicis&Hal Rine, Leo Burnett, D'Arcy) і вирішив звільнитися від слабкої ланки – D'Arcy [7].

Проте західні спостерігачі вважають, що глобалізація – процес не нескінченний. Очікується, що ринок буде розподілений як мінімум між шістьма гравцями. Подальше укрупнення навряд чи можливе з наведеної вище причини. Процес злиттів і поглинань відбувається не тільки в індустрії реклами, але й серед компаній рекламодавців. У результаті, коли злиття здійснюється, наприклад у фармацевтичному бізнесі, то ймовірність конфлікту інтересів помітно знижується. Процес глобалізації компаній відбувається набагато швидше в інших галузях економіки, ніж у сфері реклами. Тобто, навряд чи таких об'єднань вдається уникнути в майбутньому.

В Україні процес глобалізації має свої характерні риси. Західні агенції прагнуть не поглинати, а співробітничати з місцевими рекламними агенціями. Справа в тім, що коли зарубіжна рекламна агенція виходить на ринок, то багато принципів і правил, методів роботи глобальних ринків тут не функціонують. Тому вона прагне знайти партнера, що добре, на високому професійному рівні знає особливості українського ринку.

Слід також зазначити, що на вітчизняний ринок світові тенденції приходять із запізненням. Так, в Україні багато відомих світових рекламних агенцій часто входять в інші об'єднання, що не збігаються зі світовим розподілом по холдингах. Однак рано чи пізно ситуація зміниться, і світові рекламні холдинги стануть повноцінними власниками українських агенцій. Розуміючи це, деякі компанії намагаються побудувати велику "будівлю", яку потім можна буде продати західним холдингам. Саме так можна розцінювати наші рекламні холдинги.

На нашу думку, це швидше за все обслуговування глобалізації, ніж її реальний прояв на окремо взятому ринку.

Крім того, деякі правила гри, що чітко прописані на Заході і яких там дотримуються, не працюють в Україні взагалі і в рекламі зокрема.

Проте втрат при подібних злиттях місцевим рекламним агенціям все-таки не уникнути. Одним із найбільш поширених наслідків стають звільнення або відхід персоналу.

В Україні дуже часто процес об'єднання стосується рекламних агенцій із зовсім різною культурою і підкультурою. Результатом таких дій є втрата співробітників. Примітно також те, що в інших галузях при злиттях компаній рівень скорочення персоналу набагато вищий, ніж у рекламній індустрії. Багато хто з творчих співробітників рекламних агенцій і менеджерів по обслуговуванню клієнтів залишають компанії за власним бажанням, оскільки вважають, що об'єднання завдасть удару по філософії компанії, в якій вони працюють. Звільнення працівників, як відомо, є однією з негативних рис процесу глобалізації світової економіки.

Тим часом не варто забувати, що в Україні існує досить великий сегмент локальних рекламних агенцій. Вони спокійно ставляться до глобалізації на світовому ринку і поки що не відчувають на собі впливу цього процесу. Глобалізація на Заході не впливає на вітчизняні рекламні агенції, оскільки вони ще не остаточно інтегрувалися в світову рекламну індустрію. Деякі локальні агентства, що насамперед працюють із середніми за розміром бюджету клієнтами, прагнуть бути більш конкурентоспроможними, зберігаючи при цьому свою незалежність.

Локальні та великі міжнародні сітьові агенції мирно співіснують на ринку. Причин може бути кілька:

- по-перше, рівень конкуренції на нашому ринку поки що дуже далекий від західної, проводяться регулярні тендери, але "бійки" між агенціями немає. Український ринок перебуває в стадії розвитку і всім вистачає клієнтів;

- по-друге, на заході за Україною закріплений ярлик країни з непередбаченою політичною ситуацією. І хоча влада на словах запрошує західний капітал в Україну, реально ж для цього мало що робиться.

Західні агенції не прагнуть купувати місцеві. Існують рекламні агенції, які, хоча й мають постійних клієнтів, надають їм послуги тільки по розміщенню реклами. Поки що немає агенцій, за якими б стояло висока додана вартість або робітники, спроможні запропонувати оригінальні рекламні ідеї та залучити клієнтів.

Фахівці вважають, що доти, поки в Україні реальні доходи рекламних агенцій не досягнуть десятків мільйонів доларів, українські агенції не стануть привабливими для західного капіталу. Це відбудеться в тому випадку, коли українські бренди почнуть боротися із західними і витіснити їх з ринку. З появою конкурентоспроможних брендів може початися їх експансія на ринки. Проте перспективи того, що українські бренди зможуть у Європі потіснити західні бренди незачні. Очевидно, українська рекламна агенція може бути привабливою для Заходу тільки в тому разі, якщо в неї з'яв-

ляться дуже великі конкурентоспроможні клієнти. Тоді в західній агенції може виникнути бажання поглинути українську. Очевидно, нею виявиться сітьова агенція, оскільки в неї є для цього необхідні ресурси.

У цілому можна дійти висновку, що укрупнення західних рекламних агенцій поки що не має серйозного впливу на український ринок рекламних послуг. Якщо локальні агенції спробують стати універсальними, ймовірно, вони будуть знищені або куплені західними холдингами.

Ми живемо в глобальному світовому просторі і все, що в ньому відбувається, так чи інакше впливає і впливатиме на вітчизняний ринок. Експерти фондового ринку прогнозують, що незабаром будуть куплені Bates, Grey і навіть Carat, які сьогоднішні залишилися єдиними у світі незалежними рекламними та медіа-агенціями. Вже зараз деякі з цих компаній несуть збитки, оскільки клієнти, побоюючись глобальних змін, ідуть в інші агентства. Що відбудеться з однойменними компаніями в Україні – невідомо. Однак протягом п'яти років наш ринок стане схожим на ринки більш розвинених країн, і агенції розійдуться по материнських холдингах.

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити такі висновки:

- 1) світовий ринок рекламних послуг має власні тенденції розвитку, що завдяки процесам глобалізації справляють сильний, не завжди позитивний, вплив на національний ринок;

- 2) до основних тенденцій розвитку світового ринку можна віднести технологічне та технічне ускладнення реклами, процеси концентрації рекламної діяльності, зростання впливу на ринок рекламних послуг рекламодавців, такі самі тенденції спостерігаються і на українському ринку рекламних послуг;

- 3) укрупнення західних рекламних агенцій, поки що не має серйозного впливу на український ринок рекламних послуг;

- 4) в Україні процес глобалізації має свої характерні риси: західні агенції воліють не поглинати, а співробітничати з місцевими рекламними агенціями;

- 5) тенденції розвитку національного ринку рекламних послуг свідчать, що протягом п'яти років наш ринок стане схожим на ринки більш розвинених країн Заходу.

Проведений аналіз глобалізації цих процесів на ринку рекламних послуг світу та їхнього впливу на українську рекламну галузь не вичерпує можливих напрямів їх подальших досліджень, враховуючи складність та багатоаспектність даної наукової проблеми. Потребує системного, комплексного осмислення форми прояву економічних процесів на ринку рекламних послуг в сучасних умовах глобалізації.

1. Современная реклама : Пер. с англ. / [К. Л. Бове, У. Ф. Аренс]; Общ. ред. Феофанова О. А.; Предисл. к рус. изд. Назарушкина М. А. – Тольятти: Издательский Дом Довгань, 1995. – 661 с. 2. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Бизнес-книга, 1995. – 697 с. 3. Реверчук С.К. Вла- да. Банки. Бізнес: політекономія взаємодії і розвитку // [Реверчук С.К., Ковалюк О.М., Стрельбицька Л.М., Крупка М.І та ін.]. – К.: Атіка, 2002. – 320 с. 4. Рожков І.Я. Международное рекламное дело. – М., Банки и биржи, 1994. – 174 с. 5. Ромат Е.В. Реклама.-СПб., 2006. – 207 с. 6. Огилви Д. Откровения рекламного агента.- М.: Сирин, 2001. – 143 с.

УДК 332.012.324

В. Вірченко, канд. екон. наук, доц.

РОЛЬ АКЦІОНЕРНОЇ ВЛАСНОСТІ В СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Стаття присвячена аналізу особливостей реалізації та ролі акціонерної власності в сучасній системі економічних відносин. Досліджено функції акціонерної власності. Розглянуто основні переваги та недоліки акціонерної власності у порівнянні з іншими формами власності.

Ключові слова: акціонерна власність, акціонерне товариство, акціонерний капітал, акції.

Статья посвящена анализу особенностей реализации и роли акционерной собственности в современной системе экономических отношений. Исследованы функции акционерной собственности. Рассмотрены основные преимущества и недостатки акционерной собственности в сравнении с другими формами собственности.

Ключевые слова: акционерная собственность, акционерное общество, акционерный капитал, акции.

Article is devoted to analysis of corporate property's implementation peculiarities and role of corporate property in the modern system of economic relations. Specific functions of corporate property are investigated. Main advantages and shortcomings of the corporate property in comparison with other forms of property are considered.

Keywords: corporate property, joint-stock company, stock capital, stock.

Проблема реформування і трансформації відносин власності залишається актуальною для вітчизняної економіки до цього часу. У той час як завдання демонополізації і роздержавлення економіки вважається виконаним, питання забезпечення ефективної реалізації формами власності своїх соціально-економічних функцій, становлення ефективного індивідуального власника, підвищення ефективності використання об'єктів власності та збільшення доходів від власності залишаються відкритими. На сьогодні в Україні постала гостра необхідність створення та розвитку високорентабельних, великих підприємств, які підвищать конкурентоспроможність національної економіки, забезпечать створення робочих місць і зростання ВВП країни. Боргові джерела фінансування на даний момент є занадто дорогими і тому непривабливими для підприємств. В таких умовах одним із найбільш очевидних шляхів залучення фінансових ресурсів для господарських товариств є емісія і розміщення акцій. Таким чином, в рамках загального процесу антикризового реформування вітчизняної економіки особливе місце належать акціонерній власності. За таких умов дослідження сутності, функцій та механізму реалізації відносин акціонерної власності набуває особливої актуальності.

Зміст, характерні риси та роль акціонерної власності у суспільно-економічному відтворенні були широко висвітлені в економічній літературі. Належне місце в роботі даної наукової тематики займають праці С.Росса, Л.Ченга, Дж.Фіннерті, Р.Вестерфілда, Б.Джордана, Кібенко О.Р., Кудин С.І., Тарасенко О.С., Макарової О.А., та інших. Водночас, питання, пов'язані із дослідженням функцій, переваг та недоліків акціонерної форми власності, на наш погляд, вивчені та висвітлені недостатньо.

Мета даної статті полягає у дослідженні особливостей реалізації відносин акціонерної власності на сучасному етапі розвитку економіки. Завдання дослідження підпорядковані досягненню поставленої мети і спрямовані на вивчення функцій акціонерної власності; дослідження переваг акціонерної власності у порівнянні з іншими формами; аналіз недоліків акціонерної власності, які зумовлені як національним законодавством, так і загальними інституційними рамками.

Акціонерна власність є однією із найбільш розповсюджених і найважливіших форм власності на сучасному етапі суспільно-економічного розвитку і являє собою систему економічних відносин, які виникають між учасниками акціонерного товариства з приводу привласнення частки в його статутному капіталі, а також участі у розподілі фінансового результату від його діяльності. У свою чергу, організаційно-правовою формою реалізації акціонерної власності є акціонерне товариство – господарське товариство, утворене засновниками на засадах угоди шляхом об'єднання їх майна з метою

здійснення підприємницької діяльності і одержання прибутку, статутний капітал якого поділений на визначену кількість акцій однакової номінальної вартості. Володіння акцією засвідчує право власності юридичної або фізичної особи на частку у статутному капіталі і, водночас, надає право на участь у розподілі прибутку акціонерного товариства. При цьому, акціонерне товариство несе відповідальність за результатами власної діяльності лише у межах належного йому майна, а його акціонери – лише у межах їх внеску у статутний капітал акціонерного товариства, тобто у межах належних їм акцій.

Зазначені особливості акціонерної форми власності зумовлюють здійснення нею ряду важливих функцій у межах економічної системи і, водночас, спричиняють виникнення ряду переваг у порівнянні з іншими формами власності. Основними функціями акціонерної власності є:

По-перше, функція концентрації (нагромадження) капіталу. Акціонерна форма власності дозволяє нагромаджувати корпорації у своєму статутному капіталі значний обсяг вільних фінансових ресурсів, які перебувають у власності великої кількості не лише різних, а й територіально розосереджених економічних суб'єктів. При цьому, щоб стати співвласником акціонерного товариства не потрібно мати підприємницькі здібності або володіти великим обсягом фінансових ресурсів, потрібно лише придбати його акції. Обмежена відповідальність власника акції також сприяє збільшенню кількості акціонерів і, відповідно, прискореній концентрації коштів у статутному капіталі акціонерних товариств [1, с.118];

По-друге, функція соціалізації відносин власності. Розвиток акціонерної форми власності дозволяє пом'якшити або навіть усунути основний конфлікт інтересів, який проявляється в межах капіталістичного способу виробництва, – конфлікт між інтересами власника підприємства, який намагається привласнити якомога більшу частину прибутку і найманого робітника, що бажає перерозподілити на свою користь якомога більшу частину створеного з використанням його праці продукту. Придбання робітником акцій власного підприємства дозволяє уникнути зазначеного конфлікту, подолати відчуженість робітника від засобів виробництва і перетворити його на працюючого власника; По-третє, функція розподілу. Розвиток акціонерної форми власності у поєднанні з діючим фінансовим ринком дозволяє ефективно розподіляти вільні фінансові ресурси в межах економіки, полегшує процес галузевого перерозподілу капіталу, а також дозволяє досягти більш рівномірного і справедливого розподілу доходів серед учасників суспільного виробництва.

Специфічною рисою акціонерної власності є те, що вона поєднує риси як суспільної і приватної власності, що у свою чергу дозволяє акціонерам бути приватними власниками частки у статутному капіталі і, водночас,

здійснювати колективне розпорядження діяльністю акціонерного товариства на засадах суспільної власності.

Серед переваг акціонерної власності слід виділити:

1. Широкі можливості акціонерного товариства у будь-який момент нарощувати розміри статутного капіталу шляхом додаткової емісії акцій, і, відповідно, розширювати масштаби власної діяльності згідно з потребами ринку та власною стратегією розвитку. Вартість однієї акції, як свідчить практика є значно нижчою за вартість частки у капіталі товариства з обмеженою відповідальністю, командитного або повного товариства, що дозволяє залучати на підприємство як кошти дрібних власників капіталу, так і значні за розміром фінансові ресурси юридичних осіб та інституційних інвесторів. Здатність акцій публічного АТ обертатися на міжнародних фінансових ринках дозволяє залучати на підприємство й іноземні портфельні інвестиції. Крім того, надзвичайно широка різноманітність видів акцій у поєднанні з інструментарієм ефективної дивідендної політики дозволяє врахувати інтереси практично кожного інвестора.

2. Відносно низька ризикованість участі в акціонерному товаристві для інвестора у порівнянні з іншими організаційно-правовими формами підприємницької діяльності, а також наявність можливості диверсифікації ризику шляхом формування пакету акцій, вибору кількості та виду акцій робить акціонерну форму власності інвестиційно привабливою для власників капіталу. Як зазначалося, учасники акціонерного товариства несуть обмежену відповідальність, тобто відповідають за результати його діяльності лише у межах належних їм акцій. Крім того, власник акцій публічного АТ завжди може продати їх будь-кому, хто виявить бажання їх придбати без жодних обмежень, і у такий спосіб здійснити вихід із товариства.

3. Довговічність акціонерної власності, тобто здатність акціонерного товариства функціонувати протягом надзвичайно довгого періоду часу. Наприклад, окремі американські корпорації були засновані ще в середині 17 століття. Геронтологічні якості акціонерного товариства обумовлюються перш за все тим, що придбавши акції підприємства, інвестор не набуває права вимагати від їх емітента повернення вкладених коштів, адже акція є безстроковим цінним папером, а лише отримує можливість в подальшому продати її на фондовому ринку. Таким чином, акціонерне товариство на противагу іншим господарським товариствам і приватним підприємствам стає певним чином незалежним від складу учасників та дій окремих своїх акціонерів, які за інших умов могли б нести загрозу його цілісності [1, с. 123].

4. Акціонерна власність дозволяє перетворити працівника підприємства на його акціонера, найманого робітника – на власника і у такий спосіб розв'язати окремі класові суперечності, а також стимулювати працівника до більш ефективної діяльності. Крім того, Європейське законодавство навіть передбачає участь найманих робітників акціонерного товариства, що не є його учасниками, в управлінні ним за трьома основними моделями: англосаксонською, коли робітники через колективний договір отримують можливість впливати на загальну політику підприємства та його фінансово-господарську діяльність; німецькою, коли персонал акціонерного товариства отримує право обирати до однієї третини членів наглядової ради підприємства; французькою, яка передбачає створення з числа представників персоналу товариства спеціального колегіального органу – консультативної ради, яка з правом дорадчого голосу може брати участь у загальних зборах акціонерів або засіданнях наглядової ради [2, с. 117].

5. Акціонерне товариство як правило володіє більш ефективною системою управління основою якої складають наймані висококваліфіковані менеджери, оскільки акціонерна власність передбачає відокремлення функцій власника і керівника, що зумовлює її специфічний характер і відображається у одночасній належності акціонерної власності як до приватного, так і до суспільного типів власності.

6. Акціонерна власність передбачає демократичне управління підприємством, за якого важливі рішення обов'язково приймаються кваліфікованою більшістю голосів на загальних зборах акціонерів. Крім того, законодавство багатьох країн захищає також й інтереси міноритарних акціонерів, які зазвичай не в змозі впливати на рішення загальних зборів.

7. Завдяки широким можливостям у сфері нарощування власного капіталу, а також більшій доступності додаткових джерел фінансування, таких як кредит, акціонерне товариство має універсальну придатність до діяльності у різних галузях економіки, а також володіє підвищеною стійкістю до зміни ринкової кон'юнктури та значними науково-технічними потенціалом, що дозволяє покращувати якість продукції та розробляти нові товари, які відповідають зростаючим і мінливим за своїм характером потребам суспільства та його членів, а також підвищувати конкурентоздатність національної економіки в умовах глобалізації. Крім того, доступність великих ринків збуту продукції дозволяє акціонерним товариствам здійснювати економію на масштабі, що знижуватиме собівартість продукції без погіршення її якості та створюватиме можливості для збільшення обсягів продажу і, відповідно, прибутку підприємства, який буде розподілений у вигляді дивідендів.

8. Відносини акціонерної власності є прозорими, оскільки як українське, так є європейське законодавство зобов'язує АТ оприлюднювати річну фінансову звітність, щорічно проводити аудиторські перевірки фінансово-господарського стану, інформувати акціонерів щодо основних аспектів господарської діяльності, що знижує ризикованість інвестицій у акції і підвищує рівень довіри власників капіталу до підприємства. За законодавством України у відповідності до принципів міжнародного корпоративного права публічне акціонерне товариство зобов'язане оприлюднювати через власну веб-сторінку або друковані ЗМІ наступну інформацію: статут товариства, засновницький договір, свідоцтво про державну реєстрацію; інформацію (положення) про загальні збори, наглядову раду, виконавчий орган та ревізійну комісію, інші внутрішні документи; інформацію (положення) про філії та представництва; кодекс корпоративного управління (за наявності); протоколи загальних зборів акціонерів; висновки ревізійної комісії та незалежного аудитора; річну фінансову звітність; звітність, що подаються державним органам; проспект емісії, свідоцтво про державну реєстрацію випуску акцій та інших цінних паперів; перелік афілійованих осіб товариства із зазначенням кількості належних їм акцій. Слід відмітити, що акціонерне товариство, яке бажає відкрити філію або представництво в країнах Європи або США, також у обов'язковому порядку має оприлюднити зазначену вище інформацію у закордонних ЗМІ. Достовірність та повнота річної фінансової звітності АТ мають бути обов'язково підтверджені аудиторською фірмою. Крім того, за вимогою акціонерів товариство зобов'язане надати їм можливість ознайомитися з оригіналами або тримати копії важливих документів.

Поряд з перевагами акціонерної форми власності слід звернути увагу і на її недоліки.

По-перше, процедура створення і державної реєстрації акціонерного товариства є надзвичайно складною і тривалою у порівнянні з іншими видами господарських товариств і приватним підприємством. Крім того, структура механізму управління акціонерним товариством також є порівняно ускладненою, що за певних умов може сповільнити процес прийняття рішень, створити передумови для зловживань з боку окремих представників менеджменту підприємства, а також зумовити виникнення різноманітних конфліктів.

По-друге, розподіл прибутку акціонерного товариства може бути ускладнений завдяки суперечності інтересів менеджменту підприємства, який завжди бажає інвестувати більшу частину коштів у розширення діяльності акціонерного товариства, і акціонерами, які в основному зацікавлені у розподілі більшої частини прибутку у вигляді дивідендів. Загалом акціонерне товариство, як організаційно-правова форма реалізації акціонерної власності і як найвища форма розвитку господарського товариства, зумовлює виникнення складної системи економічних відносин з приводу організації операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства, учасниками яких є власники (акціонери), керівництво (менеджмент) товариства, трудовий колектив, кредитори та потенційні інвестори підприємства, а також економічні партнери [1].

У свою чергу, реалізація системи відносин організаційного, майнового, техніко-економічного характеру за участі великої кількості економічних суб'єктів, що є носіями різних, а іноді і кардинально протилежних за характером економічних інтересів зумовлює виникнення як внутрішніх, так і зовнішніх конфліктів.

До першої групи слід віднести: конфлікти між акціонерами підприємства, зокрема між власниками великих пакетів акцій та дрібними акціонерами; конфлікти між членами ради директорів акціонерного товариства; конфлікти між членами наглядової ради акціонерного товариства; конфлікти між виконавчим органом управління і наглядовою радою акціонерного товариства; конфлікти між виконавчим органом управління або наглядовою радою з одного боку і акціонерами підприємства – з іншого. У межах групи зовнішніх конфліктів можна виокремити: конфлікти між економічними партнерами акціонерного товариства та його правлінням; конфлікти між правлінням акціонерного товариства та його кредиторами; конфлікти між акціонерами підприємства та його потенційними інвесторами; конфлікти між економічними інтересами акціонерного товариства і суспільними інтересами, які репрезентують органи державної влади.

Необхідність забезпечення стійкого розвитку акціонерного товариства, підпорядкування його діяльності єдиній основоположній меті – максимізації ринкової вартості активів, вимагає від керівництва підприємства вирішення внутрішніх і зовнішніх конфліктів шляхом гармонізації та взаємоузгодження інтересів різних груп економічних суб'єктів на основі розробки та реалізації відповідної фінансової та організаційно-економічної стратегії. Що повинна перш за все забезпечити об'єднання усіх економічних суб'єктів у рамках відносин акціонерної власності навколо єдиної мети, що, водночас, слугуватиме гарантом взаємного задоволення їх індивідуальних економічних потреб. Вирішення зазначеної проблеми є об'єктивною передумовою подальшого нормального функціонування акціонерного товариства. Одним із способів врегулювання конфліктів на державному рівні є розробка відповідного ефективного нормативно-правового поля, яке регламентує процес створення, функціонування, припинення діяльності акціонерного товариства та управління його діяльністю.

По-третє, специфіка акціонерної власності, а також особливості організаційної структури акціонерного товариства підвищують ймовірність зловживань з боку його керівництва, яке може здійснювати управління підприємством у такий спосіб, який у майбутньому дозволить захопити контроль над підприємством. Однією із найбільш розповсюджених протиправних схем захоплення контролю над майном АТ з боку його менеджменту можна вважати обтяження товариства заборгованістю перед афільованою по відношенню до менеджменту АТ фінансовою структурою. Менеджмент АТ своїми діями ускладнює або робить неможливим вчасне погашення заборгованості, що дає можливість кредитору ініціювати справу про банкрутство. Після прийняття судом рішення про ліквідацію підприємства боржника його майно розпродається через аукціон, а отримані кошти використовуються для задоволення вимог у наступній послідовності: У першу чергу – вимоги кредиторів, забезпечені заставою, вимоги щодо виплати заборгованості із заробітної плати та витрати провадження справи про банкрутство; у другу чергу – вимоги щодо сплати державних податків та зборів; у третю чергу – вимоги кредиторів, не забезпечені заставою; у четверту чергу – вимоги працівників щодо внесків до статутного капіталу товариства; у п'яту чергу – вимоги інших учасників товариства щодо внесків до його статутного капіталу. Як стає зрозумілим, першочергово будуть задоволені вимоги кредиторів, а вимоги власників акцій – у останню чергу. Таким чином, наслідком махінацій менеджменту товариства його майно може бути незаконно відчужене у акціонерів і привласнене афільованими по відношенню до менеджменту структурами [4, с.309].

По-четверте, особливості реалізації відносин акціонерної власності роблять можливим недружнє поглинання акціонерного товариства різними рейдерськими структурами, що ставить під загрозу не лише нормальне функціонування акціонерного товариства, а й його існування. Крім того, механізм управління акціонерного товариства може підпорядковуватися рішенням власника контрольного пакету акцій на шкоду інтересам дрібних (міноритарних) акціонерів.

По-п'яте, важливим недоліком акціонерної власності є подвійне оподаткування фінансового результату від діяльності корпорації. Дана ситуація виникає завдяки тому, що спочатку фінансовий результат від діяльності акціонерного товариства обкладається на загальних підставах податком з прибутку підприємства, а після того, як частина чистого прибутку буде розподілена у вигляді дивідендів – оподатковується як дохід акціонера. Згідно вітчизняного законодавства прибуток акціонерних товариств оподатковується за ставкою 25%, а дивіденди, що нараховуються фізичним особам, оподатковуються за ставкою 15%. При цьому слід відмітити, що дивіденди, які нараховуються юридичним особам звільняються від оподаткування.

По-шосте, діяльність акціонерного товариства значним чином залежна від кон'юнктури фондового ринку. Біржовий курс акцій підприємства є показником його позиції на ринку і його ділової репутації. Тому негативна динаміка курсу акцій опосередковано може свідчити про погіршення фінансово-господарського стану підприємства, що у свою чергу може змінити ставлення партнерів, фінансових установ та клієнтів до акціонерного товариства. І саме завдяки цьому, фінансовий стан підприємства може погіршитися насправді.

По-сьоме, діяльність акціонерних товариств підлягає доволі жорсткому контролю та регулюванню з боку держави, що обумовлюється участю у відносинах акці-

онерної власності великої кількості різних економічних суб'єктів з одного боку, і спрямоване на узгодження та захист їх інтересів у процесі діяльності товариства. Згідно норм міжнародного корпоративного права, діяльність акціонерних товариств регулюється по-перше, законодавством країни та міжнародними угодами, по-друге, національним кодексом корпоративної поведінки, по-третє, статутом та іншими внутрішніми документами. В Україні діяльність АТ регулюється нормами Закону України "Про господарські товариства", Закону України "Про акціонерні товариства", Господарським і Цивільним кодексами та іншими нормативними актами [3, с.76].

Особливе місце в межах корпоративного права країн Європи займає Кодекс корпоративної поведінки, який за змістом наближається до підзаконного (модельного) нормативного акту, носить рекомендаційний характер і містить ряд принципів та положень, яким можуть слідувати у своїй діяльності акціонерні товариства. Кодекси корпоративної поведінки країн Європи зазвичай містять: принципи корпоративної поведінки; положення щодо корпоративного управління і проведення зборів акціонерів; принципи організації наглядової ради та діяльності виконавчого органу товариства; положення щодо розкриття товариством інформації та контролю його фінансово-господарської діяльності; принципи дивідендної політики та врегулювання корпоративних конфліктів; положення щодо захисту АТ від недружнього поглинання та захисту інтересів міноритарних акціонерів.

Слід зазначити, що Кодекс корпоративної поведінки доповнює і жодним чином не замінює законодавче регулювання діяльності АТ, що повністю відповідає сучасній тенденції переходу від регулювання діяльності економічних суб'єктів до їх часткового саморегулювання, від використання формальних інститутів – до їх органічного синтезу з неформальними нормами та правилами. Це дозволяє з одного боку стимулювати розвиток відносин акціонерної власності на базі принципів свободи підприємницької діяльності і ринкового саморегулювання, а з іншого – поставити діяльність акціонерних товариств у визначені суспільством та державою рамки. Водночас, не зважаючи на добровільний характер норм Кодексу, фондові біржі Нью-Йорку та Лондону однією із обов'язкових вимог проходження лістингу акціями товариства визначають дотримання ним положень та принципів національного Кодексу корпоративної поведінки. Усе це ще раз доводить важливість і актуальність Кодексу на сучасному етапі розвитку відносин акціонерної власності.

Використання акціонерним товариством норм та принципів Кодексу у своєму статуті та у власному корпоративному кодексі забезпечує поширення найкращої міжнародної практики корпоративного менеджменту, підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності товариства, становлення оптимальної організаційної структури та механізму управління підприємства, взаємоузгодження інтересів усіх учасників відносин акціонерної власності та мінімізація корпоративних конфліктів. Таким чином, головне призначення Кодексу корпоративної поведінки – забезпечити прозору, добросовісну, раціональну, сумлінну, справедливую і соціально відповідальну діяльність акціонерних товариств у межах національної економіки.

Як свідчать дані міжнародної статистики, "Принципи корпоративного управління" були розроблені Організацією з економічного співробітництва і розвитку у 1999 р., перші Кодекси корпоративної поведінки були

прийняті в 1998 р. в США (Основні принципи корпоративного управління) і Великобританії (Узагальнений кодекс), а до кінця 2002 р. міжнародними організаціями та урядами різних країн, у тому числі й Російської федерації, було прийнято близько 90 Кодексів корпоративної поведінки. У той же час, в Україні до сьогоднішнього дня подібного документу так і не було запроваджено.

На відміну від Кодексу, статут є установчим документом акціонерного товариства, на підставі якого воно здійснює власну фінансово-господарську діяльність. За законодавством України статут акціонерного товариства в обов'язковому порядку має містити: мету і предмет його діяльності, місцезнаходження, назву та тип товариства; розмір його статутного та резервного капіталу, порядок зміни їх розміру і формування; кількість, тип, та номінальну вартість розміщених акцій, а також наслідки невиконання зобов'язань з їх викупу; права та обов'язки акціонерів, у тому числі наявність у них переважного права та механізм його реалізації; порядок передачі прав власності на акції товариства; порядок скликання, проведення і компетенція загальних зборів; спосіб повідомлення акціонерів про порядок денний зборів та про виплату дивідендів; склад органів управління АТ, їх компетенція, порядок створення та механізм прийняття ними рішень; порядок внесення змін до статуту та припинення діяльності товариства [2, с.151].

Слід зазначити, що законодавство окремих країн Європи передбачає можливість реєстрації та діяльності акціонерних товариств без розробки та затвердження статуту. Наприклад, у Великобританії використовуються затверджені парламентом у вигляді нормативно-правових актів окремі для кожної організаційно-правової форми підприємства "модельні статuti", положення яких регулюють економічні відносини, що виникають з приводу діяльності тих товариств, які не мають власного статуту.

Таким чином, підсумовуючи дослідження слід зазначити, що акціонерна власність відіграє принципову роль на сучасному етапі розвитку економічних відносин, виконуючи важливі соціально-економічні функції. Як і будь-яке економічне явище, акціонерна власність володіє рядом переваг і недоліків у порівнянні з іншими формами власності. При цьому, успішна реалізація зазначених переваг в рамках вітчизняної економіки залежить перш за все від ефективності політики державного регулювання діяльності акціонерних товариств.

Актуальність і гострота проблеми забезпечення прискореного економічного зростання вітчизняної економіки і підвищення ефективності її функціонування свідчить про об'єктивну необхідність подальшого розвитку теоретико-методологічного базису дослідження ролі акціонерної власності у суспільному відтворенні. Комплексного аналізу потребує механізм та інституційні рамки функціонування акціонерних товариств, передумови та механізм недружнього поглинання акціонерних товариств. Отже, необхідність проведення подальшого дослідження в даному напрямку не викликає сумніву.

1. Цінні папери: підручник / за ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2011. – 1094 с. 2. Дубовицкая Е.А. Европейское корпоративное право: Свобода перемещения компаний в Европейском сообществе. – М.: Волтерс Клувер, 2004. – 189 с. 3. Кібенко О.Р. Европейське корпоративне право на етапі фундаментальної реформи. – Х.: Страйд, 2005. – 432 с. 4. Макарова О.А. Корпоративное право: Учебник для студ. юрид. вузов. – М.: Волтерс Клувер, 2005. – 418 с.

УДК 334.758.4

М. Бердар, канд. екон. наук, доц.

МЕТОДИКА КОНТРОЛЮ В УПРАВЛІННІ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розкрито концептуальні засади створення ефективної контрольної системи в управлінні фінансовими ресурсами підприємства, обґрунтовано методичні прийоми та процедури зовнішнього та внутрішнього контролю
Ключові слова: фінансові ресурси, контроль, зовнішній та внутрішній контроль, управління, підприємство.

В статье раскрыты концептуальные принципы создания эффективной контрольной системы в управлении финансовыми ресурсами предприятия, обоснованы методические приемы и процедуры внешнего и внутреннего контроля.
Ключевые слова: финансовые ресурсы, контроль, внешний и внутренний контроль, управление, предприятие.

In the article conceptual principles of creation of the effective checking system are exposed in the management of enterprise financial resources, grounded methodical receptions and procedures of external and internal control.
Keywords: financial resources, control, external and internal control, management, enterprise.

Подолання суспільно-економічної кризи, необхідність стабілізації економіки потребують суттєвого підвищення ролі інформаційного, технологічного, методичного, організаційного та іншого забезпечення управління галузями національної економіки України. У зв'язку з цим зростають потреби удосконалення контрольних функцій на всіх рівнях управління, що відіграє важливу роль в управлінні економікою, особливо в умовах її сучасного трансформування, забезпечуючи господарські суб'єкти та державні органи необхідною інформацією для прийняття оптимальних рішень і досягнення поставлених завдань розвитку економіки країни.

Зміна суті та функціонального наповнення менеджменту для прийняття ефективних управлінських рішень має значний вплив на діяльність підсистем управління, які його забезпечують. Це насамперед стосується фінансово-господарського та внутрішньогосподарського контролю, які обґрунтовують достовірність прийняття управлінських рішень. В умовах ринкового середовища зростає ризик прийняття неефективних рішень, що також обумовлює необхідність удосконалення існуючої системи контролю та його складових.

Проблеми організації і методики контролю фінансових ресурсів підприємств розглянуті в працях провідних вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема, М.Т. Білухи, Ф.Ф. Бутинця, С.В. Бардаша, Б.И. Валуєва, Н.М. Малуги, В.М. Мурашка, П.В. Мельника, Л.В. Нападовської, М.С. Пушкаря, Б.Ф. Усача, Ч.Т. Хорнгрен, Дж. Фостер, В.О. Шевчука, І.Й. Яремка й інших.

Метою даної статті є обґрунтування концептуальних засад створення ефективної контрольної системи в управлінні фінансовими ресурсами підприємства та обґрунтувати методичні прийоми та процедури зовнішнього та внутрішнього контролю.

Ефективне управління формуванням та використанням фінансових ресурсів на підприємстві неможливе без налагодження системи контролю. "Контроль" у перекладі з французької "controle" [10 с. 32] означає перевірку або спостереження з метою перевірки. Цей термін можна трактувати як спостереження, нагляд, перевірку з метою протидії чомусь небажаному.

Термін "контроль" в економічній літературі трактується по різному, зокрема як "систему спостереження і перевірки відповідності процесу функціонування об'єкта управління прийнятим управлінським рішенням, визначення результатів управлінського впливу на керований об'єкт з виявленням відхилень, допущених в ході виконання цих рішень" [1, с. 6; 13, 5, с. 32]; "повторне повернення до раніше розглянутого питання, перевірку виконання тих або інших господарських рішень з метою встановлення законності та економічної доцільності" [10, с. 5]; "творчий процес дослідження, спостереження, перевірки виробничої і невиробничої фінансової діяльності, які здійснюються відповідними суб'єктами управління, наділеними певними функціями контролю, з ме-

тою виявлення відхилень від установлених параметрів цієї діяльності, усунення та попередження негативних явищ і тенденцій" [6, с. 5; 9, с. 10]; "процес, який забезпечує якісну розробку та ефективне досягнення цілей, накреслених організацією, шляхом реалізації прийнятих управлінських рішень" [7, с. 19]; "складний процес, спрямований на перевірку відповідності контролюваних об'єктів пропонованим до них вимогам і заданим параметрам" [8, с. 7].

Трактування терміну "контроль", дозволяє виділити його як систему спостереження й перевірки чи складного багатоетапного процесу. Структура контролю як цілісної системи та складного процесу вичерпно розкрито В.О. Шевчуком, з якою ми повністю погоджуємося. Так, система контролю розглядається у вигляді трьох невід'ємних складових: суб'єкт контролю, тобто особа, яка спрямовує контрольні дії на власну діяльність чи діяльність іншої особи; об'єкт контролю, тобто діяльність певного суб'єкта, на яку спрямовуються контрольні дії; контрольні дії, тобто операції порівняння показників діяльності контролюваного об'єкта з певною нормою. Під структурою контролю як процесу В.О. Шевчук вбачає три елементи: забезпечення, процедуру та наслідок [12, с. 14–15].

Крім того, аналізовані визначення терміну "контроль" містять ознаки певного суспільно-політичного устрою країни чи видів контролю, оскільки він може здійснюватися як "з метою встановлення законності та економічної доцільності", так і "з метою виявлення відхилень від установлених параметрів". Однак, спільним у визначеннях контролю, на нашу думку, є саме порівняння чи зіставлення даних з метою виявлення відхилень при реалізації прийнятих управлінських рішень.

Контроль також може розглядатися як один із головних принципів управління, стадія процесу управління чи функція управління [16, с. 14]. На думку В.О. Шевчука, оскільки ефективне управління характеризується розвиненими каналами зворотного зв'язку, то контроль у вузькому розумінні є одним із визначальних принципів управління [12, с. 13]. Контроль, як стадія процесу управління, являє собою дії, зміст яких полягає у порівнянні кількох величин, що характеризують норми та ступінь їх досягнення. Нехтуючи контролем, суб'єкти контрольного процесу втрачають можливість порівнювати, а отже – пізнавати реальність. І нарешті, контроль як функція управління є спеціалізованим різновидом управлінської діяльності, зміст якої полягає в одержанні інформації від функцій цілепокладання і нормування та обліку, зіставленні одержаної інформації та передаванні наслідків порівняння для виконання функції регулювання. Тож контроль тісно поєднаний з бухгалтерським обліком, а тому повинен здійснюватися на всіх етапах облікового процесу з метою забезпечення достовірності інформації про всі облікові об'єкти, у т. ч. й фінансові ресурси.

Питання класифікації видів контролю в економічній літературі також є дискусійними, що пояснюється роз-

витком економічних відносин, зміною форм власності підприємств та організаційно-правових форм тощо та викликає появу нових форм і методів контролю. Як зауважує Л.В. Нападівська, визначення видів контролю є головним у класифікації контролю. Виходячи з виду контролю, повинні визначатися його суб'єкти і характер контрольної діяльності [7, с. 19].

Ми вважаємо за недоцільне ставити мету дослідження існуючих класифікаційних ознак видів контролю через наявність достатньої кількості публікацій з даного питання, тому зупинимося на них коротко.

В залежності від характеру зв'язку контрольного та підконтрольного суб'єктів, контроль поділяється на зовнішній та внутрішній. У свою чергу, зовнішній контроль включає:

- державний контроль, що здійснюється державними і адміністративними органами контролю й управління;
- відомчий контроль, що здійснюється міністерствами чи іншими органами державного управління за діяльністю підвідомчих підприємств;
- аудиторський контроль, що здійснюється незалежними аудиторськими фірмами.

Внутрішній або внутрішньогосподарський контроль проводиться безпосередньо на підприємствах їх керівниками та спеціалістами [2, с. 100].

Зовнішній контроль, як правило, є наступним, а тому передбачає перевірку здійснених фінансово-господарських операцій безпосередньо після їх завершення, що знижує ефективність контрольних процедур. Разом з тим, суб'єктом зовнішнього контролю є державні органи влади або незалежні аудиторські фірми, які забезпечують неупереджену комплексну перевірку правильності й законності здійснених підприємством операцій, особливо тих, що стосуються результатів його діяльності.

Методичні прийоми та процедури зовнішнього контролю фінансових ресурсів, незалежно від проведення тематичної перевірки, ревізії чи аудиту є однаковими, що спрямовані на виявлення порушень, відображенні в облікових регістрах та звітності, запобігання порушень у майбутньому. Вони детально описані М.Т. Білухою й включають наступні групи методів: загальнонаукові, органолептичні, документальні, методи узагальнення й реалізації результатів контролю та розрахунково-аналітичні, до яких відноситься й економічний аналіз [1, с. 65].

Однак, Б.І. Валуєв вважає, що економічний аналіз як форма контролю не повинен відноситися до методу контролю з огляду на те, що в процесі ревізії і перевірки аналітичні прийоми в тому чи іншому ступені використовуються, але з цього ніяк не випливає, що економічний аналіз – це метод контролю або його форма [3, с. 66]. На нашу думку, економічний аналіз не можна вважати формою контролю поряд з ревізією чи обстеженням, але метод контролю обов'язково повинен включати аналіз, особливо якщо мова йде про внутрішній контроль.

Спільним також для розглянутих видів зовнішнього контролю фінансових ресурсів є джерела інформації (первинні документи, регістри бухгалтерського обліку, звітність), нормативно-правова база, яка регулює порядок ведення бухгалтерського обліку та те, що вони обґрунтовують висновки за результатами перевірки документально підтвердженими доказами.

Але тематичні перевірки й ревізії фінансових ресурсів суттєво відрізняються від аудиту саме метою та фіскальною спрямованістю перевірки, а також порядком призначення таких обстежень. Так, метою тематичних перевірок і ревізії є пошук зловживань щодо порядку формування й використання фінансових ресурсів, їх оподаткування. Такі перевірки не враховують фінансо-

вий стан підприємства й перспективи його розвитку, не передбачають розробку пропозицій щодо покращення фінансових результатів. Аудит, навпаки, є незалежною перевіркою, що передбачає надання висновків щодо правильності ведення бухгалтерського обліку й правдивості фінансової звітності, у т. ч. і про фінансові ресурси, а також неупереджених консультаційних послуг з метою ефективного управління підприємством.

Враховуючи спільні й відмінні ознаки розглянутих вище видів зовнішнього контролю фінансових ресурсів та використовуючи складові контролю, обґрунтовані В.О. Шевчуком [12], вважаємо, що зовнішній контроль фінансових ресурсів підприємства повинен поєднувати три складові елементи: суб'єкти контролю, об'єкти контролю та контрольні дії.

Суб'єктами контролю є:

- державна податкова служба;
- державне казначейство;
- державна контрольно-ревізійна служба;
- міністерства та відомства;
- аудиторські фірми.

Об'єкти контролю – фінансові ресурси. Забезпеченням для об'єктів контролю є:

- нормативно-правові акти щодо обліку фінансових ресурсів;
- планово-нормативна інформація по підприємству (бізнес-план, інформація бухгалтерського обліку, первинні та зведені документи, облікові регістри, фінансова, податкова та статистична звітність);

Контрольними діями є:

- організаційна стадія;
- дослідна стадія;
- підсумкова стадія;
- результати контролю.

До суб'єктів контролю нами віднесено органи, що в межах своєї компетенції можуть здійснювати перевірку бухгалтерського обліку фінансових ресурсів. Контрольні дії, що включають інформаційне забезпечення та контрольні процедури, дозволяють отримати й перевірити дані про безпосередні об'єкти контролю, на які спрямовуються контрольні функції. У свою чергу, контрольні процедури нами поділено на три стадії: організаційну, дослідну й підсумкову.

Організаційна стадія контролю повинна передбачати:

- попереднє вивчення особливостей підприємницької діяльності;
- дослідження стану бухгалтерського обліку фінансових ресурсів;
- розробку програми контролю фінансових ресурсів;
- визначення методичних прийомів контролю.

На дослідній стадії контролю фінансових результатів повинні застосовуватися загальнонаукові, органолептичні, розрахунково-аналітичні та документальні прийоми контролю, що обрані на організаційній стадії та мають забезпечити достовірність і правильність відображення інформації в первинних документах, облікових регістрах та звітності.

Підсумкова стадія контролю повинна включати виявлення порушень первинного, поточного та підсумкового обліку фінансових ресурсів, отримання й оцінку пояснень винних осіб, групування та узагальнення виявлених недоліків у відповідному документі (аудиторському висновку чи акті перевірки).

У подальшому результати проведеного контролю (наслідок контрольних процедур) повинні обговорюватися з посадовими особами підприємства, що передбачає розробку пропозицій відносно їх усунення.

І нарешті, зворотній зв'язок, що характеризується інформаційною та, особливо, корекційною спрямованіс-

тю, має забезпечити належний контроль за усуненням виявлених порушень в обліку фінансових ресурсів.

Ефективність зовнішнього контролю фінансових ресурсів на підприємстві значним чином залежить від організації та здійснення на підприємствах процедур внутрішнього контролю.

Внутрішній контроль, на думку Ч.Т. Хорнгрена та Дж. Фостера – це комплекс бухгалтерського й управлінського контролю, який допомагає забезпечити відповідність рішень, прийнятих в організації, реалізації їх на практиці [11, с. 398].

Зауважимо, що поняття "внутрішній контроль" в літературі економічного спрямування переважно трактується як контроль з боку адміністрації чи менеджерів відповідних рівнів [14, с. 404]. Дійсно, значна частина контрольних робіт є обов'язком саме центрів відповідальності. Крім того, тенденції розвитку внутрішнього контролю в міжнародній практиці свідчать про пріоритетність передачі значного обсягу певних контрольних процедур безпосередньо центрам відповідальності. Але, на нашу думку, внутрішній контроль не буде ефективним без залучення до нього також і безпосередніх виконавців робіт, що повинні здійснювати самоконтроль і самооцінку отриманих результатів.

Поділ внутрішнього контролю на бухгалтерський та управлінський, що підтримується Л.В. Нападівською [7], Ч.Т. Хорнгреном та Дж. Фостером [11] ми вважаємо цілком обґрунтованим з позицій виділення центрів відповідальності. На нашу думку, бухгалтерський контроль як складова внутрішнього контролю фінансових результатів повинен включати методи, способи й процедури перевірки первинних документів, реєстрів бухгалтерського обліку та звітності. Тоді як управлінський контроль повинен забезпечувати належне планування й управління фінансовими ресурсами.

Складність оцінки й планування динаміки фінансових ресурсів передбачає використання сучасних прийомів контролю із застосуванням комп'ютерної техніки. В умовах автоматизації посилюється як бухгалтерська, так і управлінська орієнтація контролю, прискорюється та розширю-

ється варіантність розрахунку фінансових ресурсів з метою прийняття управлінських рішень, підвищується ступінь захисту інформації на різних рівнях управління. Налагодження спеціального програмного забезпечення в умовах сьогодення дозволяє використовувати складні процедури планування й контролю фінансових ресурсів у різних галузях діяльності як на рівні підприємства загалом, так і у розрізі центрів відповідальності.

Таким чином, запровадження в практику діяльності підприємства запропонованого порядку здійснення зовнішнього контролю фінансових результатів забезпечить можливість попередження або своєчасного виявлення й усунення помилок, порушень та відхилень у використанні фінансових ресурсів.

1. Білуха М.Т. Теорія фінансово-господарського контролю і аудиту: [підручник] / М.Т. Білуха. – К.: Вища школа, 1994. – 364 с.
2. Бутинець Ф.Ф. Контроль і ревізія: [підручник] / Ф.Ф. Бутинець, С.В. Бардаш, Н.М. Малюга. – [вид. 2-е, доп. і перероб.]. – Житомир: ЖІТІ, 2000. – 512 с.
3. Валуев Б.И. Контроль в системе внутрипроизводственного хозрасчета / Б.И. Валуев, Л.П. Горлова, В.В. Муравская. – М.: Финансы и статистика, 1987. – 239 с.
4. Пантелійчук Л. Розрахунок податкових різниць / Л. Пантелійчук // Бухгалтерський облік і аудит. – 2007. – № 6. – С. 25–32.
5. Контроль і ревізія. Нормативно-практичні матеріали: [навчальний посібник]. – [3-тє вид., перероб. і доп.]. – Львів: Національний університет "Львівська політехніка", 2004. – 328 с.
6. Мурашко В.М. Контроль і ревізія фінансово-господарської діяльності: [навчальний посібник] / В.М. Мурашко, Т.М. Сторожук, О.В. Мурашко; за ред. П.В. Мельника. – К.: ЦУЛ, 2003. – 311 с.
7. Нападівська Л.В. Внутрішньогосподарський контроль в ринковій економіці: [монографія] / Л.В. Нападівська. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2000. – 224 с.
8. Палий В.Ф. Хозрасчетный доход и самофинансирование: Вопросы учета и анализа / В.Ф. Палий. – М.: Финансы и статистика, 1990. – 191 с.
9. Пушкар М.С. Тенденції та закономірності розвитку бухгалтерського обліку в Україні (теоретико-методологічні аспекти): [монографія] / М.С. Пушкар. – Тернопіль: Економічна думка, 1999. – 422 с.
10. Усач Б.Ф. Контроль і ревізія: [підручник] / Б.Ф. Усач. – [4-е вид. стер.]. – К.: Знання-прес, 2002. – 253 с.
11. Хорнгрен Ч.Т. Бухгалтерський учет: управленческий аспект / Ч.Т. Хорнгрен, Дж. Фостер; [пер. с англ.]. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 416 с.
12. Шевчук В.О. Контроль господарських систем в суспільстві з перехідною економікою (проблеми теорії, організації, методології): [монографія] / В.О. Шевчук. – К.: КДТЕУ, 1998. – 371 с.
13. Яремко І.І. Економічні категорії в методології обліку: [монографія] / І.І. Яремко. – Львів: Каменяр, 2002. – 192 с.
14. Management Assessment of Internal Control / [public Law]. – July 30, 2002. – 789 p.

Надійшло до редколегії 22.02.11

УДК 339.187.62

Т. Овчаренко, канд. екон. наук, доц.

ФІНАНСОВИЙ ЛІЗИНГ ЯК ФОРМА ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Розглянуто основні характеристики фінансового лізингу як інструменту залучення інвестиційних ресурсів на підприємствах з метою визначення перспектив його подальшого розвитку. Проаналізовано переваги та недоліки, а також шляхи удосконалення законодавства у цій сфері.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційні ресурси, альтернативні варіанти інвестування, лізинг, фінансовий лізинг, лізингові операції.

Рассмотрены основные характеристики финансового лизинга как инструмента привлечения инвестиционных ресурсов на предприятиях, с целью определения перспектив его дальнейшего развития. Проанализированы преимущества и недостатки, а также пути совершенствования законодательства в этой сфере.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционные ресурсы, альтернативные варианты инвестирования, лизинг, финансовый лизинг, лизинговые операции.

Financial leasing, as the instrument of bringing investment resources on enterprises, and his future contemplation were considered in the article. Advantages, gaps of legislation and ways its improvements in this field are analyzed.

Keywords: investment, investment funds, alternative investments, leasing, financial leasing, leasing operations.

Розвиток української економіки та вступ України до СОТ, ЄС та НАТО гостро ставлять питання конкурентоспроможності нашої промисловості, сільського господарства, підприємницького сектору. Особливої актуальності ця проблема набуває у ситуації фінансової кризи, коли практично зупинилося фінансування оновлення основних засобів у зв'язку із недостатністю прибутку підприємств і значним зменшенням обсягів виробництва, а зношеність основних фондів досягає 75%.

Вивченню фінансового лізингу, як форми залучення інвестиційних ресурсів на підприємствах, присвячені роботи таких науковців як В. Газман, О. Грищенко, В. Андрійчук, О. Олійник, Н. Кіркорова, В. Ляшенко. У працях зазначених авторів висвітлюється проблема фінансового лізингу у країнах де він з'явився порівняно не давно і в яких немає традицій та широкої практики його використання.

Для України, як держави де лізинг ще не набув великого розповсюдження, важливим є визначення причин його повільної інтеграції до інструментів залучення інвестицій національних підприємств, а також удосконалення законодавчої бази, що б зробило використання лізингу більш ефективним, а доступ до нього простішим.

Метою статті є аналіз категорії "фінансовий лізинг", виокремлення лізингових методів, за допомогою яких можливе залучення інвестиційних ресурсів на підприємства, аналіз переваг та недоліків такого виду інвестування, а також визначення напрямів покращення чинного законодавства з метою зробити фінансовий лізинг більш доступним та вигідним.

Питання залучення інвестиційних ресурсів кожне підприємство вирішує по-своєму, зазвичай звертаючись до кредитування чи оренди основних засобів. Проте, у ситуації світової фінансової кризи, коли доступ до таких засобів майже відсутній, вільних коштів стають дефіцитом, а надавати кредити під заставу майна банкам стає не вигідно, тим паче на тлі масового неповернення кредитів, починається пошук альтернативних варіантів інвестування. Світова практика доводить, що саме лізингові операції є найбільш доцільним і мобільним методом фінансування, а отже можуть сприяти збереженню ліквідності більшості підприємств, а також їхньому подальшому розвитку.

Саме тому лізингові операції розглядаються як новий вид фінансування. Цьому сприяють загальні тенденції економічного розвитку та вигоди, що притаманні лізингу, зокрема:

- зменшений обсяг ліквідних засобів у зв'язку із труднощами, що постійно виникають на грошовому ринку;
 - підвищення конкуренції, що потребує оптимізації інвестицій, які надають можливість суттєво розширити ринок збуту за рахунок залучення до господарського обігу малих і середніх фірм;
 - підтримка розвитку лізингових операцій з боку державних органів влади і фінансових ділових осередків у цілому, що стимулює зростання інвестиційної діяльності;
 - загальне збереження ліквідності підприємств;
 - створення міцної основи для здійснення розрахунків, що надає балансові переваги та страхові вигоди.
- Всі вищевикладені аргументи свідчать про те, що лізингові діяльність є, по суті, пільговою галуззю інвестиційної діяльності. Досвід іноземних країн підтверджує цю точку зору.

Слід зауважити, що "лізинговий бум" у світовій практиці супроводжувався наданням податкових пільг учасникам ринку з метою стимулювання використання його у господарській діяльності. Так, однією з основних передумов швидкого розвитку лізингу в США, Великобританії, Франції, Німеччині, Австрії, Італії були саме податкові стимули: прискорена амортизація та інші інвестиційні податкові пільги. Одним з найбільш поширених механізмів у світі залишається запровадження податкових пільг за допомогою амортизації, що дозволяє підприємствам або фізичним особам відстрочувати сплату податків на пізніший термін. Пільги на основі амортизації надаються безпосередньо покупцям певного обладнання чи інвестору, підвищуючи при цьому попит на інвестиції [6].

Закон України "Про лізинг" визначає фінансовий лізинг як вид цивільно-правових відносин, що виникають із договору фінансового лізингу. За договором фінансового лізингу лізингодавець зобов'язується набути у власність річ у продавця (постачальника) відповідно до встановлених лізингоодержувачем специфікацій та умов і передати її у користування лізингоодержувачу на визначений строк не менше одного року за встановлену плату [2].

Предметом договору лізингу може бути неспоживна річ, визначена індивідуальними ознаками та віднесена відповідно до законодавства до основних фондів, майно, що перебуває в державній або комунальній власності та щодо якого відсутня заборона передачі в користування та володіння. Не можуть бути предметом лізингу земельні ділянки та інші природні об'єкти, єдині майнові комплекси підприємств та їх відокремлені структурні підрозділи (філії, цехи, дільниці). Майно, що перебуває в державній або комунальній власності та щодо якого відсутня заборона передачі в користування та володіння, може бути предметом лізингу.

До учасників лізингового процесу належать: лізингодавець – юридична особа (фінансова установа), яка передає право володіння та користування предметом фінансового лізингу лізингоодержувачу; лізингоодержувач – фізична або юридична особа, яка отримує право володіння та користування предметом фінансового лізингу від лізингодавця; продавець (постачальник) – фізична або юридична особа, в якій лізингодавець набуває річ, що надалі буде передана як предмет фінансового лізингу лізингоодержувачу; інші юридичні або фізичні особи, які є сторонами багатостороннього договору фінансового лізингу.

Для України розвиток лізингу є особливо актуальним з огляду на такі обставини. По-перше, українська економіка характеризується високим ступенем зношеності основних фондів, яка в цілому по народному господарству країни складає 49,3%, в тому числі за основними видами економічної діяльності: промисловість – 58,3%, сільське господарство – 51,1%, транспорт і зв'язок – 49,9%, будівництво – 48,5%. Загальний обсяг інвестицій, необхідних для відновлення вартості основних засобів в Україні, оцінюється експертами в сумі близько 562,6 млрд. грн. Проте, за попередній рік освоєно лише 82,5 млрд. грн. – це приблизно 15% від необхідного рівня. При цьому підприємства змушені фінансувати інвестиції переважно із власних коштів, оскільки кредити банків, кошти інститутів спільного інвестування та інші джерела зовнішнього фінансування складають порівняно невеликий відсоток від загального обсягу капітальних вкладень в економіці.

По-друге, в країні є недостатньо розвинутий сектор малих та середніх підприємств, насамперед через ускладнений доступ до фінансування. Активне впровадження лізингових операцій сприятиме оновленню основних фондів завдяки збільшенню доступу підприємств до зовнішніх джерел фінансування інвестицій, розвитку малого та середнього бізнесу завдяки більшій доступності лізингових операцій порівняно з іншими інструментами запозичень. Окрім того, розвиток лізингу стимулюватиме підвищення ефективності кредитної політики банків у результаті створення конкурентного середовища між джерелами фінансування та розвиток організованого вторинного ринку багатьох видів техніки [3].

До пріоритетних напрямів використання лізингу в Україні можна віднести такі галузі та сфери економіки:

- високотехнологічні наукомісткі галузі: літако- і машинобудування, порошкова металургія, кераміка, електрозварювальне виробництво; енергозберігаючі технології, нафтогазовий комплекс, агропромисловий комплекс;
- видобувні та металургійні галузі, кольорові метали, уран, вугілля, сталь і прокат;
- виробництво товарів народного споживання;
- малий та середній бізнес.

Проте потрібно визначити фактори, що стримують розвиток цього механізму та не дають йому набути належного рівня розвитку. Українська спілка промис-

ловців і підприємців до гальмівних чинників розвитку лізингу відносять:

- 1) обмеженість доступу до лізингового ринку підприємств – виробників об'єктів лізингу;
- 2) неефективні ставки амортизаційних відрахувань по предметах лізингу;
- 3) обмежений доступ вітчизняних лізингових компаній до дешевих фінансових ресурсів, результатом чого є висока вартість лізингових послуг;
- 4) складність механізмів переходу права власності за договорами лізингу;
- 5) оподаткування комісій та процентів за договорами лізингу податком на додану вартість;
- 6) неузгодженість нормативно-правової бази функціонування ринку лізингу;
- 7) відсутність державних програм стимулювання використання лізингу, як джерела оновлення основних фондів;
- 8) неузгодженість вітчизняного законодавства із міжнародними нормами законодавства з питань лізингу.
- 9) дискримінаційні положення відносно національного виробника: обладнання, яке іноземний виробник може постачати українському споживачу напряму, український виробник зобов'язаний надавати тільки через посередника.

Для того, щоб вирішити ці проблеми, потрібно внести поправки у Закони України "Про лізинг" та "Про оподаткування податку на прибуток підприємств". Перш за все, змін має торкнутися питання застосування прискореної амортизації, віднесення на валові витрати платника податку платежів, пов'язаних із страхуванням майна, придбаного (переданого) за договором фінансового лізингу, корегування визначення оподаткованого доходу нерезидента у межах процентів і комісій за договорами міжнародного фінансового лізингу.

Також потрібно внести зміни у закон "Про податок на додану вартість", що дозволять:

- 1) врегулювати питання оподаткування процентів та комісій за договорами фінансового лізингу;
- 2) сплачувати податок на додану вартість, у тому числі за договорами міжнародного фінансового лізингу, по мірі нарахування або сплати лізингових платежів в частині компенсації частки вартості об'єкту фінансового лізингу, на протязі дії лізингового договору, а не у момент передачі об'єкту фінансового лізингу;
- 3) зараховувати до податкового кредиту суми податку, сплаченого при придбанні легкових автомобілів, що включаються до складу основних засобів;
- 4) удосконалення цивільно-правового регулювання лізингових операцій, зокрема через:

- усунення заборони наступної (повторної) передачі у фінансовий лізинг майна, яке спеціально набувалось з цією метою (навіть у випадку, коли попередня угода фінансового лізингу була розірвана з вини лізингоодержувача);
- фактичного підтвердження природи фінансового лізингу як різновиду фінансового посередництва;
- через встановлення правила згідно якого знищення або пошкодження предмета фінансового лізингу не може слугувати причиною як перегляду розміру фінансових зобов'язань лізингоодержувача, так і дострокового припинення договору;
- скасування обмежень Господарського кодексу України щодо інвестування в предмет лізингу грошових коштів лізингодавця, одержаних за банківськими та бюджетними кредитами, облігаційними позиками;
- скасування імперативного характеру норми щодо здійснення ремонту та технічного обслуговування предмета лізингу виключно його продавцем (постачальником);

➤ усунення окремих суперечливих положень (розбіжностей) та уніфікації (узгодження) термінології щодо лізингу у Господарському, Цивільному кодексах та в Законі України "Про фінансовий лізинг".

Зрозуміло, якщо продовжувати вдосконалення законодавства та нормативно-правової бази щодо лізингу, то стане абсолютно можливим прискорення розвитку лізингової галузі внаслідок забезпечення більшої економічної привабливості та здешевлення лізингових послуг, а розширити доступ до джерела фінансування придбання обладнання для малих і середніх підприємств та сільськогосподарських підприємств, які не мають доступу до банківських кредитів, не користувались лізингом або для яких лізинг є занадто дорогим в нинішніх умовах [9].

Не зважаючи на цілий ряд перешкод на шляху здійснення лізингових операцій, в силу тих чи інших обставин, в Україні уже на сьогодні існують його переваги порівняно з іншими джерелами фінансування. Зокрема, для лізингоодержувача:

➤ більш прості схеми забезпечення виконання зобов'язань, оскільки майно, яке передається у лізинг, є водночас і заставою – з цієї причини лізингодавці менш вимогливі до попередньої кредитної історії лізингоодержувача; це дозволяє новоствореним та малим підприємствам отримувати лізингове фінансування легше, ніж банківські кредити;

➤ лізинг не обмежує можливості підприємства в отриманні кредитів, оскільки не вноситься до кредитної історії;

➤ лізинг є однією з найбільш доступних форм довгострокового фінансування для отримання техніки. Лізингодавці звичайно спеціалізуються на певних видах обладнання, а це дозволяє їм залучати кредити від виробників обладнання або мати доступ до іноземних ринків капіталу, беручи на себе частину кредитного ризику при наданні лізингового майна;

➤ гнучкість платежів – платежі за договором лізингу можна побудувати у відповідності до очікуваного грошового потоку лізингоодержувача.

Для лізингодавця:

➤ менші ризики порівняно із кредитами, оскільки майно, що є предметом лізингу, одночасно виступає забезпеченням виконання зобов'язань за договором, а позичені кошти лізингоодержувачі використовують за цільовим призначенням;

➤ менш жорстке регулювання та сприятливий податковий режим (зокрема, в багатьох країнах при операціях лізингу застосовують прискорену амортизацію, яка зменшує базу оподаткування)[4].

Отже, з даного дослідження є зрозумілим, що розвиток лізингу має позитивний ефект, адже він є одним із головних джерел активізації інвестиційної діяльності, він розширює банківську активність переорієнтовуючи їх з ринку цінних паперів на інвестиційний ринок, адже за оцінками Міжнародної фінансової корпорації 70% лізингових компаній є дочірніми підприємствами банків. А також може слугувати вагомим чинником для розвитку усієї економіки, адже він допомагає знайти ринки збуту для виробників предметів лізингу, надає можливість лізингодавцям та посередникам організувати свою діяльність, а лізингоотримувачам розвивати своє підприємство.

За оцінками іноземних експертів, що наводяться в World Leasing Year Book, за допомогою обладнання, що поставлене на умовах фінансового лізингу обсягом 1,3 млрд. дол., у середньому створюється понад 34 тис. нових робочих місць [10]. Також лізингові операції мають ефект податкового коректора (податкового щита), суть якого полягає у тому, що підприємства, які одер-

жують основні засоби в лізинг і здійснюють регулярні лізингові платежі, збільшують свої валові витрати і цим частково зменшують суму податку на прибуток, адже у багатьох розвинених країнах існують податкові пільги на інвестиції в технічне переозброєння виробництва, в тому числі для лізингових компаній. Це теж дає змогу лізинговим компаніям зменшувати розміри регулярних лізингових платежів, що робить лізингові угоди привабливішими для лізингодержувачів. Тому, підбиваючи підсумки, можна з упевненістю зазначити, що фінансовий лізинг є дієвим механізмом залучення інвестиційних ресурсів на підприємствах.

1. Закон України "Про внесення змін до Закону України "Про оподаткування прибутку підприємств": Постанова ВРУ від 22.05.1997 р. №283.
2. Закон України "Про фінансовий лізинг". – Відомості Верховної Ради (ВВР). – 1998. – N 16, ст.68) (із змінами, внесеними згідно із Законом

- N 394-XIV (394-14) від 14.01.99, ВВР, 1999, N 9-10, ст.67) (В редакції Закону N 1381-IV (1381-15) від 11.12.2003, ВВР, 2004, N 15, ст.231).
3. Андрійчук В.Г. Фінансовий лізинг у розвитку матеріально – технічної бази аграрних підприємств // Економіка АПК. – 2003. – № 3. – С. 65 – 69.
4. Газман В.Д. Финансовый лизинг: Учебное пособие. – М.:ГУ ВШЭ, 2003. – 392с.
5. Головинина Л.А., Эстрада Т.Б. Лизинг как метод инвестирования. – М., 2001. – 82 с.
6. Грищенко О. Фінансовий лізинг: історія, сучасність, перспективи розвитку // Юридичний журнал – 2006. – № 3.
7. Нетудихата К. Л. Лізингові операції : навч. посіб. / К.Л. Нетудихата; Миколаївськ. держ. гуманітар. ун-т ім. П. Могили комплексу "Києво-Могилянськ. акад.". – Миколаїв : МДГУ ім. П. Могили, 2006. – 102 с.
8. Холодний Г. О. Лізинг в інвестиційному механізмі інноваційного розвитку підприємств: учебник / Г.О. Холодний ; Харк. нац. екон. ун-т. – Наук. вид. – Х.: ХНЕУ, 2007. – 195 с.
9. Черевань І. В. Ефективність лізингу : наук.-попул. нариси / Ірина Черевань ; НАН України, Центр дослідж. наук.-техн. потенціалу та історії науки ім. Г.М. Доброва НАН України, Київ. ун-т ринкових відносин. – К. : Фенікс, 2010. – 168 с.
10. World Leasing Yearbook 2010 / Published by Euromoney Yearbooks in 2010 – 31st edition. – 1st January 2010 – 540 p.

Надійшла до редколегії 24.02.11

УДК 334.758

Н. Скопенко, канд. екон. наук, доц.

ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ІНТЕГРОВАНИХ ОБ'ЄДНАНЬ В АПК УКРАЇНИ

Розглянуто передумови розвитку інтеграційних процесів в агропромисловому секторі України. Обґрунтовано доцільність формування та функціонування інтегрованих структур в АПК.

Ключові слова: інтеграція, об'єднання, інтегровані структури, агропромисловий сектор.

Рассмотрено предпосылки развития интеграционных процессов в агропромышленном секторе Украины. Обосновано целесообразность формирования та функционирования интегрированных структур в АПК.

Ключевые слова: интеграция, объединение, интегрированные структуры, агропромышленный сектор.

Pre-conditions of development of integration processes are considered in the agroindustrial sector of Ukraine. Expediency of forming and functioning of integrated structures is reasonable in an agroindustrial complex.

Keywords: integration, association, computer-integrated structures, agroindustrial sector.

Конкурентоспроможність національної економіки визначається наявністю та ефективністю функціонування корпоративного сектора. Існуючі можливості корпоратизації зумовили формування та розвиток інтегрованих утворень, що активно використовують нові властивості та переваги корпоративних структур. Інтегровані об'єднання демонструють позитивну динаміку економічного зростання навіть в період промислового спаду та фінансової кризи, здійснюють реалізацію значних інвестиційних програм, зміцнюють і відновлюють коопераційні зв'язки, підвищують стійкість економіки окремих галузей та регіонів, створюють умови для подолання соціально-економічних розбіжностей регіонального розвитку.

Питанням розвитку інтеграційних процесів присвячені дослідження відомих зарубіжних та вітчизняних науковців, таких як: М. Алле, В. Амбросов, Б. Баласа, Дж. Вайнер, В. Гесць, Ф. Герельс, В. Зимовець, А. Карпенко, М. Кизим, Т. Клебанова, Г. Крьомер, Р. Купер, Р. Ліпсей, І. Лукінов, А. Маршал, М. Малік, В. Месель-Веселяк, Дж. Мід, А. Мюллер-Армач, Г. Мюрдаль, О. Онищенко, Ф. Перру, А. Пилипенко, Дж. Піндер, А. Предоль, П. Саблук, П. Уальз, Я. Тінберген, А. Хвостов, М. Хорунжий, О. Шпичак та інших.

В літературних джерелах досить детально розглянуто проблеми інтеграційного розвитку підприємств різних галузей та форм власності. В той же час, недостатньо висвітлені питання комплексного підходу до теоретичних та практичних аспектів інтеграції в агропромисловому секторі, особливості інтеграційних процесів в харчовій та переробній промисловості.

Метою статті є дослідження розвитку взаємозв'язків сільського господарства та промисловості, різних галузей економіки, особливості формування та функціонування інтеграційних корпоративних структур у агропромисловому комплексі України.

Нестабільність та невизначеність економічного середовища, жорстка конкуренція, наслідки кризи, заста-

рілі техніка та технології, неякісні управлінські рішення характерні для України в умовах трансформації економічних відносин. Це призводить до зниження ефективності функціонування окремих підприємств (галузей) і загрожує економічній та продовольчій безпеці країни. Отже, важливе значення для економіки України має розробка та використання сучасних, адаптованих до ринкових умов, підходів до підвищення ефективності функціонування підприємств та галузей.

Агропромисловий комплекс (АПК) є багатогалузевим сектором економіки України, основним завданням якого є виробництво, переробка, зберігання сільськогосподарської продукції та доведення її до споживача. Структурно в АПК за сферою діяльності сформувались наступні групи галузей та підгалузей:

1. сільське господарство, яке складається з галузей, що виробляють сільськогосподарську продукцію (рослинництво, тваринництво тощо);

2. галузі, що займаються переробкою сільськогосподарської сировини (харчова промисловість, галузі по первинній переробці сировини для легкої промисловості тощо);

3. галузі та служби, що забезпечують сільське господарство засобами виробництва та матеріальними ресурсами (сільськогосподарське машинобудування, виробництво мінеральних добрив, хімікатів та ін.);

4. інфраструктурний блок – виробництва, які займаються заготівлею сільськогосподарської сировини, транспортуванням, зберіганням, торгівлею споживчими товарами, підготовкою кадрів для сільського господарства, будівництвом в галузях АПК.

Кожна з цих галузей АПК є виробником продукції та водночас постачальником та/або споживачем продукції інших підгалузей. У радянський період майже 100 галузей і підгалузей народного господарства мали виробничі зв'язки з сільським господарством. Понад 80% продукції сільського господарства використовувалося харчо-

вою промисловістю. Надійність та дієвість цих зв'язків за радянських часів забезпечувалися адміністративно-командною системою управління: матеріальні ресурси розподілялися всім виробникам, навіть фінансово неспроможним, а споживачів примусово прикріплювали до виробників (постачальників). Таким чином досягався міжгалузевий баланс товарно-грошових відносин та виробничих зв'язків.

Процес переходу від адміністративно-планової до ринкової системи господарювання безпосередньо пов'язаний з виробленням економічної стратегії, основною метою якої є структурна перебудова економіки щодо підвищення ефективності та конкурентоспроможності АПК [1].

Перехід до нових умов господарювання спричинив розрив встановлених виробничих зв'язків між галузями та окремими підприємствами в АПК. За часів незалежності України сформувався приватний сектор як виробників сільськогосподарської продукції, так й продуктів їх переробки. Однак у результаті приватизації сільськогосподарських та переробних підприємств посилилася тенденція до розриву взаємозв'язків "виробник сільськогосподарської продукції – переробне підприємство – торговельне підприємство". У результаті в Україні сьогодні ще не створено умови для збалансованого функціонування інтеграційної системи "виробництво сировини – зберігання сировини – переробка сировини – виготовлення продукції – реалізація продукції" [2].

Саме тому, актуальною проблемою сьогодення є пошук ефективних заходів стабілізації економіки країни та, у першу чергу, поживлення економіки головних галузей АПК – сільськогосподарського виробництва та переробної промисловості. На нашу думку, найважливішою умовою активізації діяльності підприємств АПК є розвиток міжгосподарських зв'язків та інтеграційних процесів, що об'єднують сільськогосподарське виробництво, перш за все, з харчовою промисловістю та іншими галузями агропромислового сектору.

Об'єктивними причинами формування інтегрованих структур в агропромисловому секторі України на сучасному етапі розвитку економіки є: необхідність поєднання усіх стадій технічного процесу, що дає змогу комплексно використовувати сировину та матеріали; кооперування взаємопов'язаних спеціалізованих виробництв, що дає можливість комплексно виготовляти кінцевий продукт; забезпечення повноти циклу "наука – технічні розробки – інвестиції – виробництво сировини – переробка сировини – виготовлення кінцевого продукту – збут – споживання"; впровадження у виробництво економічно ефективних технологій, "ноу-хау", що сприяють підвищенню конкурентоспроможності та ринкової стійкості, рівня рентабельності та прибутковості виробництва тощо.

Серед суб'єктів інтеграційних утворень в АПК доцільно виділити: сільськогосподарські організації, підприємства з переробки сільськогосподарської сировини, торговельні підприємства, фінансові структури, підприємства, що надають послуги учасникам інтеграційного утворення, інші суб'єкти господарювання. При цьому мотиви, якими вони керуються при формуванні інтеграційних зв'язків, є доволі різноманітними.

Зокрема, аграрні підприємства зацікавлені у формуванні міжгалузевих інтеграційних зв'язків для зниження ризику, пов'язаного із сільгоспвиробництвом (залежність від природно-кліматичних умов) та зі стихійністю ринку сільськогосподарської продукції; прагнення змінити диспаритет цін, що склався не на користь виробників сільськогосподарської продукції; необхідністю постійного підвищення конкурентоспроможності продукції, що виробляється. Також, фінансова неспромож-

ність, висока кредиторська заборгованість (з заробітної плати, перед бюджетом), зношеність основних фондів, недостатність оборотних коштів, технологічна відсталість спонукають сільськогосподарські підприємства до вступу у інтегровані формування.

Причиною об'єднання переробних та інших підприємств АПК є необхідність забезпечення стабільних доходів в результаті створення власної надійної сировинної бази, формування постійних ринків збуту виробленої продукції, розширення сфер діяльності тощо.

Тобто, інтегровані об'єднання створюються для успішного вирішення підприємствами завдань, пов'язаних із розширенням їх можливостей щодо виробничого та соціального розвитку, підвищення ефективності використання матеріальних, фінансових та інших ресурсів через організацію спільної діяльності, акумуляцію знань та інформації, розподіл праці, спеціалізацію та кооперацію.

Таким чином, можна визначити та систематизувати основні мотиви агропромислової інтеграції [2].

По-перше, підприємства об'єднуються, прагнучи придбати або збільшити свою ринкову владу (природне прагнення до монополії). Інтеграція збільшує здатність суб'єкта господарювання брати участь у цінновій дискримінації, підвищувати норму прибутку, встановлювати бар'єри для входу в галузь, що створює додаткові конкурентні переваги, підсилює позиції підприємств на ринку та змушує конкурентів також застосовувати інтеграційні стратегії для зміцнення ринкового положення.

По-друге, великі інтегровані формування мають значну лобіюючу силу та при необхідності можуть задіяти адміністративний ресурс для вирішення різноманітних питань на власну користь.

По-третє, інтеграція є механізмом, що дозволяє протистояти високим ризикам, що характерні для ринкової економіки.

По-четверте, мотивація володіння правом власності. Власність, будучи критерієм положення в суспільстві, перетворюється на постійний стимул свого примноження. Причому дію цих мотивів можна розглядати як на рівні організацій, так і на рівні окремих осіб.

По-п'яте, важливими мотивами з погляду економічної теорії є економія на масштабі діяльності та диверсифікації виробництва. Так, у результаті концентрації та інтеграції виробництва виникає економія на масштабі ("техніко-технологічна економія"). Збільшення об'ємів виробництва та інтеграція дозволяють розширити межі оптимального використання техніки, устаткування, домогтися економії у сфері внутрішнього контролю та координації. Чим більш розосереджено діють товаровиробники, тим їм важче реалізувати свої інтереси для розширення масштабів діяльності. В умовах невизначеності збуту перевага залишається за великотоварним виробництвом, що здатний запропонувати більший об'єм продукції за менших витрат. Також, у межах інтегрованої структури, що забезпечує замкнутий цикл виробництва, переробки та реалізації продукції, в результаті диверсифікації виробництва та розширення різноманітності продукції досягається економія на масштабі сфери комерційної діяльності ("ефект широти асортименту"). Ця економія виникає у тому випадку, якщо виробничі витрати знижуються зі зростанням диверсифікації виробництва.

По-шосте, розширення можливостей диференціації свого продукту за рахунок придбання здатності контролювати більше елементів виробничого процесу або методів продажу продукту. При цьому основна ідея інтеграції полягає в збільшенні доданої вартості як основи диференціації та встановлення вищої сукупної ціни, що є недосяжним для інших організаційних структур. Крім того, вертикальна інтеграція дає можливість під-

приємству підсилити контроль якості на всіх етапах виробничого процесу.

По-сьоме, крупні інтегровані структури мають переваги у кредитній сфері та області страхування. Агропромислового формуванню легше вийти на банківський ринок та здійснити великий інвестиційний проект. Завдяки значним оборотам, наявності ліквідного забезпечення (будівлі та споруди, сучасне промислове устаткування), можливості отримання гарантій органів влади та високої соціальної значущості для регіону великі інтегровані агропромислові структури володіють високою кредитною й інвестиційною привабливістю. Це дозволяє залучати довгострокові банківські кредити або фінансові ресурси на фондовому ринку. Об'єднання активів підприємств в єдине ціле приводить до зростання капіталізації та кредитного рейтингу, що дозволяє одержувати кредити на більш вигідних умовах. Також, інтегровані об'єднання залучають у власні формування банківські структури або кредитні організації з метою встановлення контролю за просуванням фінансових потоків та прискорення фінансових розрахунків за реалізовану продукцію за технологічним ланцюгом від сільськогосподарського виробництва до торгівлі, а також для залучення інвестицій.

По-восьме, у нинішніх умовах господарювання жодне відосблене підприємство (яким би масштабним воно не було) не в змозі фінансувати та застосовувати повномасштабні наукоємні технології. Високі технології носять зазвичай міжгалузовий характер, їх більш ефективно застосовувати в багатогалузовому господарському комплексі. Саме тому, забезпечення повноти циклу "наука – технічні розробки – інвестиції – виробництво – збут – споживання" та отримання ефективного кінцевого результату можливо тільки у інтегрованому об'єднанні.

Отже, інтеграція як форма об'єднання ставить на меті: розширення масштабів комерційної діяльності та створення необхідних масштабів виробництва для максимізації віддачі від інвестицій; можливість концентрації капіталів, більш вільне їх переливання та на цій основі оптимізація інвестиційного процесу та нарощування інвестиційних ресурсів для високоєфективних виробництв; зниження витрат на всіх стадіях виробничого процесу, зокрема, за рахунок підвищення завантаження устаткування, централізації маркетингу, реклами, логістики, каналів розподілу; зниження податкових платежів та нейтралізація антимонопольного законодавства; зведення до мінімуму ризиків, пов'язаних зі взаємодією між різними партнерами усередині галузі, і зокрема зі стабільністю поставок; підвищення економічної стабільності учасників у зв'язку зі створенням можливостей для надання допомоги збитковим підприємствам, які є незамінними в технологічному ланцюгу виготовлення кінцевої продукції; поліпшення контролю якості продукції та створення єдиного механізму управління якістю; оптимізації та стабілізації асортименту кінцевої продукції; подолання вузької спеціалізації підприємств; поліпшення використання кадрового потенціалу галузі та налагодження підготовки необхідних фахівців; підвищення якості управління окремими підприємствами внаслідок виникнення взаємного контролю партнерів за інтегрованою структурою та зростаючих можливостей розповсюдження управлінського досвіду [7].

Переваги інтегрованих структур виявляються в різних сферах:

- організаційні: забезпечення єдиного стратегічного планування та управління; побудова стабільних міжфірмових зв'язків; використання загальної соціально-економічної структури; визначення загальних пріоритетних напрямів діяльності; єдина рекламна політика.

- фінансові: єдина фінансова політика дозволяє здійснювати крупні інвестиції, маневрувати грошовими ресурсами та концентрувати їх у точках зростання, знижувати фінансові ризики, забезпечувати більш вільний доступ на ринки капіталів; єдина податкова політика дозволяє оптимізувати оподаткування через внутрішньофірмові обороти; диверсифікація портфеля активів; єдина цінова політика.

- виробничо-економічні: забезпечення можливості створення замкнених технологічних ланцюгів від виробництва сировини до випуску готової продукції; використання переваг диверсифікації виробництва; підвищення економічної зацікавленості в ефективній діяльності всіх учасників об'єднання; скорочення трансакційних витрат; отримання ефекту від масштабу виробництва.

- кадрові: загальна кадрова політика; широкі можливості для ротації кадрів, їх навчання та перепідготовки, підвищення кваліфікації; можливість створення більш ефективних стимулів професійного зростання; можливість розвитку корпоративної культури, солідарності, взаємовиручки, підтримки.

- інші: нарощування конкурентних переваг; внутрішня стійкість, зростання адаптивних можливостей, підвищення іміджу й авторитету, просування єдиної торгової марки; зростання економічної потужності та поява можливостей лобювання інтересів бізнес-груп [3].

В той же час, переваги інтеграції можуть перетворитися на недоліки. До основних недоліків створення та розвитку інтегрованих структур слід віднести: можливість монополізації ринку; створення надмірно великої організаційної структури та розгалуженість призводить до погіршення управління структурними одиницями; вразливість об'єднання при вилученні однієї з ланок вертикального ланцюга тощо.

Як свідчить дослідження, інтеграційним процесам в агропромисловому секторі країни в сучасних умовах притаманний багатоплановий характер, розвиток яких здійснюється від простих до складніших інтегрованих систем, від функціонування виробничих структур за участю кількох підприємств сільськогосподарського й промислового виробництв, територіально близько розташованих, до регіональних та транснаціональних формувань. Проте, у інтегрованому агропромисловому формуванні створюються оптимальні умови для здійснення закінченого циклу виробництва, переробки сільськогосподарської сировини та реалізації готових продуктів. У результаті досягається економія ресурсів у спільній сфері діяльності, забезпечується узгодженість дій та відбувається зростання конкурентоспроможності (окремого об'єднання, галузі, країни).

Одже, необхідність пом'якшення кризових явищ в агропромисловому комплексі країни, створення умов для нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції з метою повноцінного забезпечення населення продовольством, а промисловості – сільськогосподарською сировиною, забезпечення ефективного функціонування переробних підприємств викликає необхідність створення комплексно інтегрованих об'єднань. По-перше, гнучкість в прийнятті рішень та координації спільних зусиль з урахуванням стійкого і довгострокового характеру зв'язків між підприємствами, що входять у інтегровану компанію, наділяє цей тип організаційно-господарської діяльності значними перевагами. По-друге, створення загальної інфраструктури (інформаційної, банківської, страхової, постачальницько-збутової, транспортної, аудиторсько-консалтингової, маркетингової, кадрової) дозволяє організовувати і координувати виробничо-господарську діяльність по виконанню спільних науково-технічних і виробничих про-

грам, поглиблювати спеціалізацію та розвивати коопераційні зв'язки.

Провідною українською агропромисловою компанією з вертикально-інтегрованою структурою є агрохолдинг "Авангард", яка займає лідерські позиції в секторі птахівництва, виробництва курячого яйця та яєчних продуктів. У 2009 році агрохолдингу належало 23 % українського ринку яєць та 52 % ринку сухих яєчних продуктів. Основним напрямком бізнесу "Авангард" є виробництво яєць та яєчних продуктів, на які припадає відповідно близько 75,2 % та 6,9 % виручки агрохолдингу у 2009 році. Крім того, холдинг реалізує курей-несучок та племінне стадо в кінці свого виробничого циклу для третіх сторін та незначну кількість односторонніх курей-несучок та молодих курей-несучок.

До складу холдингу входять: 3 репродуктора II-го порядку; 9 підприємств з вирощування ремонтного молодняку; 19 птахофабрик з утримання курей-несучок; 6 комбикормових заводів; завод з переробки яйця "Імперово Фудз"; 3 склади тривалого зберігання. Компанія володіє репродукторами, які забезпечують агрохолдинг племінним поголів'ям на 100 % та виробляє корм для птиці на своїх комбикормових заводах. Наявність складів тривалого зберігання дозволяє мінімізувати перевиробництво та зменшити ризики цінових коливань [4].

Агрохолдинг "Авангард" є вертикально-інтегрованим холдингом, що забезпечує зниження витрат та підвищення контролю якості продукції. Використання вертикально-інтегрованої системи є найбільш доцільним, оскільки бізнес компанії фактично є сировинним. Компанія володіє та контролює кожен етап процесу виробництва яєць та яєчних продуктів, починаючи з виробництва інкубаційних яєць й закінчуючи вирощуванням курей і виробництвом яєць. Компанія представлена в кожному регіоні України. Широкий географічний охоплення забезпечує легкий доступ до покупців, диверсифікацію ризиків та підвищує епідеміологічну безпеку.

Лідером українського ринку фасованої соняшникової олії, одним з найбільших українських експортерів соняшникової олії і зернових культур є найбільша в Україні вертикально інтегрована агропромислова компанія "Кернел Груп". До складу інтегрованої компанії належать Полтавський маслоэкстракционный завод "Кернел Груп", Меловський завод рафінованих олій "Стрілецький степ", торговельна компанія "Кернел-Трейд" з представництвами в 11 регіонах України, 28 елеваторів в Полтавській, Одеській, Черкаській, Миколаївській, Запорізькій, Дніпропетровській, Харківській, Луганській, Кіровоградській областях (загальний об'єм зберігання – 1,7 млн тонн), 3 автотранспортні підприємства в Полтавській і Луганській областях, 5 агропромислових підприємств в Полтавській, Одеській, Черкаській областях, компанія Inperco, що представляє інтереси "Кернел Груп" на міжнародних ринках.

Діяльність компанії включає: виробництво соняшникової олії (об'єм річної переробки насіння соняшнику на заводах компанії складає 15 % від загального об'єму урожаю в Україні); експорт соняшникової олії та зернових культур; дистрибуція фасованої олії на внутрішньому ринку (частка ринку фасованої соняшникової олії становить 35 % з портфелем брендів: "Щедрий Дар", "Стожар", "Чумак Домашня", "Чумак Золота"); надання послуг з перевалки зернових вантажів в порту м. Іллічівська (потужність по перевалці більше 20 % від загального об'єму українського експорту зернових); зберігання зернових і олійних культур на внутрішніх елеваторах; агропромисловість [5].

Ще одним яскравим прикладом ефективної вертикальної інтегрованої структури є БАТ "Миронівський хлібопродукт", який є лідером агропромислового комплексу України та працює на вітчизняному ринку з 1998 року. З метою зниження залежності від постачальників та коливань цін на сировину, компанія вирощує аграрні культури для забезпечення власних комбикормових заводів, виробляє корми для власних двох батьківських та чотирьох бройлерних птахофабрик, здійснює перероблення м'яса птиці, утримує фірмову мережу торгівлі.

На сьогоднішній день БАТ "Миронівський хлібопродукт" – це вертикально інтегрований комплекс, що включає 20 підприємств та об'єднує потужності всього технологічного ланцюга виробництва м'яса птиці, від маленького курчати до дорослого птаха та кінцевого продукту, займається виробництвом соняшникової олії (понад 140 тис тонн за 2009 рік), яловичини, свинини, готових м'ясних страв, ковбас, гусячого м'яса та печінки, вирощуванням фруктів та картоплі, проводить дистрибуцію (11 центрів дистрибуції) через власний парк вантажівок (430 автомобілів-рефрижераторів). Компанія розвиває мережу фірмових франчайзингових магазинів (більше 2300 брендіваних франчайзингових точок), через яку продає більше 50 % виробленої продукції. Компанія є виробником курятини під торговою маркою (ТМ) "Наша Ряба", делікатесної яловичини під ТМ "Сертифікований Ангус", делікатесної гусячої печінки під ТМ "Фуа Гра" та готових м'ясних страв під ТМ "Легко!". БАТ "Миронівський хлібопродукт" утримує більше 40 % вітчизняного ринку курячого м'яса (виробнича потужність – 340 тис тонн м'яса птиці на рік) [6].

Дослідженням доведено, що лідируючі позиції та значні конкурентні переваги в агропромисловому комплексі України мають компанії з вертикально інтегрованою структурою виробництва. За рахунок власної системи елеваторів, сільськогосподарських та переробних підприємств, торгових домів інтегровані об'єднання досягають замкнутого виробничого циклу, економії витрат та раціонального управління фінансовими потоками. Додатковими перевагами є розташування у спеціальних економічних зонах та на територіях пріоритетного розвитку, а також співпраця з іноземними партнерами.

Таким чином, інтегровані агропромислові об'єднання є важливим напрямом реалізації об'єктивного процесу інтеграції в економіці України. Головна особливість сучасних інтегрованих агропромислових формувань полягає в тому, що в їх функціонуванні окрім сільськогосподарських, переробних, торговельних та обслуговуючих галузей АПК беруть участь структури, які технологічно не пов'язані з агропромисловим виробництвом. Через пряму та опосередковану участь в діяльності об'єднань відбувається злиття аграрного капіталу з капіталом фінансових та індустріально-промислових галузей.

1. Геец В. Структура экономики и структурная политика ее стабилизации // Экономика Украины. – 1995. – № 4. – С. 7-15. 2. Клебанова Т.С., Николаев І.В., Хайлук С.О. Моделі функціонування та розвитку підприємств агропромислового комплексу: Монографія. – Х., 2010. 3. Минаева С.В., Согомонян А.А. Организационно-экономический механизм функционирования холдингов // Пищевая промышленность. – 2002. – № 4. – С. 4-6. 4. Офіційний сайт Агрохолдинг "Авангард" [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://avangard.co.ua/> 5. Офіційний сайт "Кернел Груп" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www-us.kernel.ua/rus/about/about.html>. 6. Офіційний сайт БАТ "Миронівський хлібопродукт" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mhp.com.ua> 7. Формы кооперативного движения в условиях рыночных реформ: Монография / Г.В. Гутман, О.Б. Дигилина, Н.И. Лукин и др. – М., 2006.

РОЗВИТОК КЛАСТЕРІВ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Розглянуто питання кластеризації економіки, як ефективного механізму підвищення конкурентоспроможності. Досліджуються проблеми створення кластерів і їх розвитку.

Ключові слова: конкурентоспроможність економіки, кластер, кластерна політика, кластерний підхід, інноваційний кластер, регіональна політика.

Рассматриваются вопросы кластеризации экономики, как эффективного механизма повышения конкурентоспособности. Исследуются проблемы создания кластеров и их развития.

Ключевые слова: конкурентоспособность экономики, кластер, кластерная политика, кластерный подход, инновационный кластер, региональная политика.

The questions of clusterization of economy are examined in the article, as an effective mechanism of increase of competitiveness. The problems of creation of clusters and their development are probed in the article.

Keywords: competitiveness of economy, a cluster, cluster policy, cluster approach, innovative cluster, regional policy.

Становлення і розвиток конкурентоспроможної національної економіки неможливі без використання всіх доступних механізмів, які прискорюють реформування і вдосконалення внутрішніх ринкових інститутів. Такий підхід до вивчення проблем підвищення економічної ефективності національного господарства ставить нові завдання. Перш за все, йдеться про вибір конкурентоздатної моделі економіки, про пріоритетні галузі, що мають економічний потенціал підвищення конкурентоспроможності, про виявлення чинників і елементів, що впливають на ступінь розвитку конкурентних стосунків і механізмів через призму зовнішньоекономічної конкурентоспроможності.

Існує велика кількість різних теорій формування і розвитку конкурентоспроможності економіки, але, як показує практика, розвитку найбільш успішних фірм і процвітаючих економічних систем, найбільш ефективною формою економічного зростання є теорія кластерного механізму. Отже, одним з напрямів соціально-економічного розвитку України, підвищення її конкурентоспроможності повинна стати підтримка і розвиток територіальних виробничих кластерів.

Аналіз розвитку кластерів знаходиться в центрі уваги багатьох вітчизняних та закордонних науковців, а саме І. Брикової, М. Войнаренка, А. Єрмишиної, О. Каніщенко, С. Соколенка Є. Монастирського, Е. Бергмана, В. Лізунова, М. Портера, Е. Фезера, Г. Хасаєва та ін. Проблеми конкурентоспроможності досліджували такі вітчизняні та закордонні вчені, як В. Базилович, Я. Базилюк, І. Бураковський, А. Гальчинський, В. Геєць, Б. Кваснюк, А. Костусев, В. Рокоча, А. Чухно, М. Портер, Д. Сакс, Е. Чемберлін, Й. Шумпетер та багато інших.

Американський вчений М. Портер дає наступне визначення кластерам: "Кластери – це зосередження в географічному регіоні взаємозалежних підприємств та установ в межах окремої області" [1]. Далі М. Портер доповнює визначення тим, що кластери охоплюють значну кількість різного роду підприємницьких структур, важливих для конкурентної боротьби, а саме: постачальників нових технологій, послуг, інфраструктури, сировини, додаткових продуктів тощо. М.П. Войнаренко зазначає: "...багато кластерів включають органи влади та інші установи – такі, як університети, центри стандартизації, торговельні асоціації, які забезпечують спеціалізоване перенавчання, інформацію, дослідження та технічну підтримку" [2].

Кластери – це сконцентровані за географічною ознакою групи взаємозалежних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у споріднених галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств по стандартизації, торговельних об'єднань) у певних областях, що конкурують, але при цьому ведуть спільну роботу [1].

Виділяють основні характеристики кластерів:

- географічна концентрація (близько розташовані фірми дають один одному можливість економити на швидкій економічній взаємодії, обміні капіталом і т. ін.);

- спеціалізація (кластери концентруються довкола певної сфери діяльності, до якої мають відношення всі учасники);

- множинність економічних агентів (кластери і їх діяльність охоплюють не лише фірми, що входять в кластер) [3].

Кластерна політика характеризується тим, що центральна увага приділяється зміцненню мереж взаємозв'язків між економічними суб'єктами – учасниками кластера. Тенденції до утворення кластерів найчастіше мають спільну наукову або виробничу базу, більш того, успішний розвиток кластера може бути гарантований лише за умови, що наукова база дозволяє побудувати кластер не за спеціалізованим, а за диференційованим типом.

На сьогоднішній день застосування кластерного підходу в Україні є необхідною умовою для відродження вітчизняного виробництва, підвищення ефективності інноваційного розвитку регіонів, досягнення високого рівня економічного розвитку та конкурентоспроможності. Кінцева мета – зайняття Україною гідного місця у глобальній системі економічного та політичного розвитку. Саме для України, особливо в умовах все зростаючої глобалізації та конкуренції, питання скорішого створення та сприяння ефективному розвитку кластерних об'єднань набувають особливої актуальності та мають безумовну перспективу в умовах змін, що відбуваються у світовій економіці, в якій на перший план виходить володіння якісно новим видом ресурсів, а саме інформацією, інноваціями та інтелектом. Перспективність кластерного підходу пояснюється його комплексною формою і ефективним поєднанням промислової політики, регіональної політики, політики підтримки малого бізнесу, політики по залученню зовнішніх і внутрішніх інвестицій, інноваційною, науково-технічною, кадровою, освітньою і інших політик [4]. "Найважливішим чинником конкурентоспроможності кластерів є високий рівень розвитку системи зв'язаних інститутів і галузей, а для формування національної інноваційної системи і впливу кваліфікованих кадрів – державна політика" [5]

В останнє десятиліття кластери та регіональна політика, що заснована на них, слугують найбільш успішним інструментом економічного розвитку регіонів у західних країнах. Кластерні ініціативи, що підтримують форми кооперації між підприємствами, державним сектором та інституціями (університетами, дослідницькими центрами), є рушійними силами економічного зростання та зростання зайнятості в багатьох регіонах світу. Для України, яка тільки починає будувати свою регіональну політику представляється особливо актуальним

вивчення регіональної політики розвинених країн, заснованої на кластерному підході у світлі орієнтації на європейську інтеграцію.

Важливими для розвитку конкурентоспроможного економічного кластера є цивілізована циркуляція усередині кластера і вихід в зовнішню сферу нематеріальних активів, заснованих на об'єктах інтелектуальної власності і на правах на об'єкти інтелектуальної власності. Отже, одним з найважливіших завдань технологічного розвитку регіону, формування його конкурентоспроможної економіки є формування ринку цінних паперів, що реалізує нематеріальні активи.

Для вітчизняного виробника ситуація посилюється багатьма національними проблемами об'єктивного і суб'єктивного характеру. Наприклад, має місце випереджаюче зростання тарифів на енергоносії, заробітної плати і інших чинників, що визначають витрати, по відношенню до продуктивності праці. Сьогодні в економіці України, в окремих компаніях необхідно знаходити ефективні рішення, що забезпечують підвищення продуктивності. Природними заходами по забезпеченню належної конкурентоспроможності є прийняття інноваційних стратегій на всіх рівнях – регіональному, галузевому, на рівні компаній і підприємств.

Кластер, як стійке партнерство взаємозв'язаних підприємств, установ, організацій, окремих осіб, може мати потенціал, який перевищує просту суму потенціалів окремих складових. Цей приріст виникає як результат співпраці і ефективного використання можливостей партнерів на тривалому періоді, поєднання кооперації і конкуренції. Компанії виграють, маючи можливість ділитися позитивним досвідом і знижувати витрати, спільно використовуючи одні і ті ж послуги і постачальників.

Постійна взаємодія сприяє формальному і неформальному обміну знаннями, співпраці між організаціями з взаємодоповнюючими активами і професійними навичками. Утворення так званої "критичної маси" компаній в кластері служить стимулом для подальшого залучення в кластер нових компаній, інвестицій, послуг і постачальників, а також підтримує процеси формування власних професійних кадрів.

Як правило, кластери направлені на досягнення наступних цілей:

- підвищення конкурентоспроможності учасників кластера за рахунок впровадження нових технологій;
- зниження витрат і підвищення ефективності відповідних наукомістких послуг за рахунок ефекту синергії і уніфікації підходів в логістиці, інжинірингу, інформаційних технологіях, менеджменті якості і т. ін.;
- забезпечення зайнятості в умовах реформування великих підприємств і аутсорсинга;
- консолідоване лобіювання інтересів учасників кластера в різних органах влади.

Наявність кластерів дозволяє національним галузям розвивати і підтримувати свої конкурентні переваги не поступаючись ними навіть технічно розвиненішим країнам. Всі фірми з кластера взаємозв'язаних галузей здійснюють інвестиції в спеціалізовані дослідження, в розвиток родинних технологій, в інформацію, в розвиток інфраструктури і в людські ресурси, що виявляється в синергетичному ефекті і дозволяє малому підприємству вистояти в загостреній конкурентній боротьбі на глобалізованих ринках. В рамках держави кластери виконують роль пунктів зростання внутрішнього ринку і забезпечують просування вироблених ними товарів і послуг на міжнародні ринки. Це сприяє підвищенню міжнародної конкурентоспроможності країни в цілому завдяки ряду переваг, властивих кластерній формі взаємодії великих, середніх і малих підприємств за всіма напрямками ділових зв'язків. Будучи пунктами економічного зростання, кластери стають об'єктом крупних ка-

піталовкладень, на яких зосереджена пильна увага уряду і місцевих адміністрацій.

Кластери мають підвищений економічний та інноваційний потенціал. Це пояснюється передачею по технологічних ланцюжках товарів з високою споживчою цінністю, а також інших конкурентних переваг по відношенню до підприємств-суміжників, що змушує підняти якість напівфабрикатів, що поставляються ними, і цим підвищити конкурентоспроможність. Загострена конкуренція фірм кластера на внутрішньому ринку і за кордоном впливає в спільну експансію. Фірми кластера завдяки тісній взаємодії стають носіями однієї і тієї ж комерційної ідеї, що забезпечує переважаюче становище на внутрішніх і зовнішніх ринках. Це, наприклад, підвищення використання знань або створення нових мереж співпраці усередині кластерів з метою підвищення конкурентоспроможності і освоєння нових ринкових ніш.

У той же час, тісна співпраця членів кластера несе в собі певну небезпеку втрати самостійності і здібності до активної поведінки на ринку, супроводжуваних послабленням темпів освоєння нових товарів, технологій і послуг. Щоб уникнути цього, використовуються кластерні стратегії, які будуються на центрах ділової активності, що вже довели свою силу і конкурентоспроможність на світовому ринку. При цьому зусилля концентруються на підтримці існуючих кластерів, створенні нових кластерів і мереж компаній, що раніше не контактували між собою.

Особливе значення кластерний підхід має для малих підприємств. Деякі дослідники бачать єдиний спосіб збереження малих фірм в умовах глобалізації і зростаючої міжнародної конкуренції в об'єднанні їх в кластери.

З точки зору галузевого ринку, результативність функціонування малого бізнесу в кластері може оцінюватися показником долі малого бізнесу у випуску галузевої продукції. За деякими міжнародними нормами такою долею могла бути 30% частка в галузевій пропозиції.

Ринок, що швидко розвивається, усе більш схильний до впливу міжнародних тенденцій до створення і розвитку кластерних систем, як одного з механізмів підвищення конкурентоспроможності підприємств. Аналіз методологічних підходів до розробки національних систем кластеризації низки зарубіжних країн дозволяє зробити загальний висновок про те, що всі вони відображають спроби країн протягом останніх десятиліть знайти в міжнародному масштабі єдиний підхід до ефективного розвитку економіки. З аналізу методологічних підходів до розробки національних кластерних систем низки країн витікає, що вирішення проблеми кластерного підходу до розвитку економіки необхідно здійснювати з урахуванням її специфіки.

З метою посилення привабливості регіону, держава і бізнес стимулюють участь іноземних фірм і обмін із зарубіжними кластерами, а також використовують зарубіжні ресурси для посилення конкурентоспроможності. Все більше число представників влади і топ-менеджерів розуміють, що для зміцнення унікальності кластера і розширення його можливостей виживання в умовах глобальної міжрегіональної конкуренції, необхідно створювати відкриті кластери, в яких партнерські операції здійснюються з іноземними фірмами і університетами. Використання зовнішніх ресурсів (залучення іноземних партнерів в кластер) вносить нові елементи та ідеї в кластер, що дозволяє і далі поглиблювати його унікальність.

Прагнення до синергії в зв'язаних галузях в регіонах існує в багатьох країнах. Цей феномен може бути названий "концентрацією промисловості". Промислові кластери є однією з форм концентрації промисловості, але вони більше зосереджені на інноваціях, де особливо важливий ефект синергії і багатобічне партнерство, що створюють нові галузі і новий бізнес [6].

Одним з важливих інструментів промислової і інфраструктурної політики держави є формування національної системи інноваційних промислових кластерів. Оскільки розвиток промислових кластерів тісно пов'язаний з можливостями і потенціалом конкретних регіонів і територій, саме вони в сучасних умовах стали найважливішою складовою частиною регіональної інноваційної інфраструктури, яка забезпечує всі види підтримки інноваційних процесів (в т.ч. інформаційну, консалтингову, фінансову, маркетингову та ін.). Саме шляхом формування в регіонах мережових інноваційних структур на основі кластерного підходу можна досягти динамічного розвитку регіону, оскільки в рамках таких мережових об'єднань у виробничий процес включаються підприємства, наукові і учбові заклади, дослідницькі центри, органи державного управління, фінансові і консалтингові структури.

Найбільш життєздатні кластери інноваційної активності формуються на основі диверсифікації. Під кластером інноваційної активності розуміється сукупність базисних нововведень, сконцентрованих на певному відрізку часу і в певному просторі.

Інноваційний кластер – це об'єднання різних організацій (промислових компаній, дослідницьких центрів, наукових установ, органів державного управління, профспілок, громадських організацій і ін.), яке дозволяє використовувати переваги внутрішньофірмової координації і ринкового механізму для швидшого і ефективнішого освоєння нових знань. При цьому інновації поширюються по мережі взаємозв'язків в загальному економічному просторі, полегшуючи комбінацію чинників виробництва.

Інноваційна орієнтованість кластера є його важливою особливістю, найбільш успішні кластери забезпечують "прорив" в галузі техніки і технології виробництва з подальшим виходом на нові "ринкові ніші", тому багато країн (як економічно розвинених, так і тих, які лише починають формувати ринкову економіку) активно використовують кластерний підхід у формуванні і розвитку своїх регіональних і національних інноваційних програм. Тобто, під кластером інноваційної активності розуміється сукупність базисних нововведень, сконцентрованих на певному відрізку часу і в певному економічному просторі. Кластерна форма організації інноваційної діяльності приводить до створення особливої форми інновації – "сукупного інноваційного продукту". Така інновація є продуктом діяльності декількох фірм або дослідницьких інститутів, що дозволяє прискорити їх поширення по мережі взаємозв'язків в загальному регіональному економічному просторі. Крім того, різноманітність різних джерел технологічних знань і зв'язків полегшує комбінацію чинників досягнення конкурентних переваг і стає передумовою будь-якої інновації. Об'єднання в кластер на основі вертикальної інтеграції формує не спонтанну концентрацію всіляких технологічних

винаходів, а певну систему поширення нових знань і технологій. При цьому найважливішою умовою ефективної трансформації винаходів в інновації, а інновацій в конкурентні переваги є формування мережі стійких зв'язків між всіма учасниками кластера.

Отже, конкурентоспроможність країни – це її здатність в умовах глобалізації генерувати і оперативно впроваджувати інновації, тому інноваційний кластер є найбільш ефективною формою досягнення високого рівня конкурентоспроможності.

Превалювання в економіці кластерів, а не ізольованих компаній і галузей важливе і для регіональної економіки, де спостерігається висока географічна концентрація взаємозв'язаних галузей. Ключовим чинником успіху при розробці і реалізації стратегій розвитку кластерів є активна позиція лідерів бізнесу і позитивне партнерство між інтересами різних підприємницьких груп в регіоні. Таким чином, кластери є рушійною силою розвитку економіки, і їх по праву можна вважати інноваційними системами прикладного значення, оскільки науково-технічний і соціально-економічний розвиток вимагає концентрації національних ресурсів, а посилення інтелектуального, професійного і організаційного потенціалу країни неможливе у відриві від соціуму і його духовної бази. Саме кластери можуть бути тими імпульсами, які при вдалій концентрації виробництва, його спеціалізації, використанні сучасних досягнень комунікації, координації, кооперації і співпраці допоможуть знайти точки зростання кожного конкретного регіону, забезпечуючи його перемогу в конкурентній боротьбі. Як наслідок, в різних країнах зростає інтерес до формування і підтримки кластерів, відбувається активізація урядової політики в цій сфері.

1. Портер М. Конкуренція. – М.: Видавничий дім "Вільямс", 2005. – 608 с. 2. Войнаренко М.П. Механізми адаптації кластерних моделей до політико-економічних реалій України // Світовий та вітчизняний досвід запровадження нових виробничих систем (кластерів) для забезпечення економічного розвитку територій / Матеріали конференції 1-2 листопада 2001р. – Київ: Спілка економістів України, 2001. – С.25-33. 3. Enhancing the Innovative Performance of Firms: Policy Options and Practical Instruments. – United Nations. – ECE/CECI. CR2008. – Geneva, 2008. – 85 p. 4. Лизунов В.В., Кластерная политика и перспективы формирования образовательных кластеров // VI Омские торгово-экономические чтения. Материалы международной научно-практической конференции. Повышение конкурентоспособности российской экономики в современных условиях: управленческие, финансовые, коммерческие аспекты. В 2-х частях. Ч.2. – Омск: ИП Погорелова Е.В., 2008. – С. 484-498. 5. Николаев М.В. Экономическая глобализация и проблемы национальной безопасности // Проблемы современной экономики. – 2005. – № 1(13). 6. Семёнова Н.Н. Форсайт в условиях глобализации // Наука. Инновации. Образование. Альманах РИЭПП. – Вып. 5. – М.: Знак, 2008. 7. Войнаренко М. П. Кластерные модели объединения предприятий в Украине // Экономическое возрождение России. – 2007. – № 4(14). – С. 68–82.

Надійшла до редколегії 23.02.11

УДК 336.71. 330.83

І. Новікова, мол. наук. співроб., канд. екон. наук

ІВАН ВЕРНАДСЬКИЙ ТА РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО БАНКІВНИЦТВА У ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ ХІХ ст.

Статтю присвячено розкриттю ролі І. Вернадського у процесі розбудови мережі українських банків, діяльність якої формувалася на ринкових засадах.

Ключові слова: банки, банківська система, І. Вернадський, ринкове господарство, підприємництво.

Стаття посвящена раскрытию роли И. Вернадского в процессе развития сети украинских банков, деятельность которой формировалась на рыночных принципах

Ключевые слова: банки, банковская система, И. Вернадский, рыночное хозяйство, предпринимательство.

The authors elucidate the role of Vernadsky in the process of building a network of Ukrainian banks, whose activities are formed on market principles.

Keywords: banks, banking, I. Vernadsky, market economy, entrepreneurship.

Сучасний курс сталого розвитку нашої держави породжує багато питань які потребують кваліфікованих,

чітких відповідей. Однією з найголовніших проблем у цьому зв'язку є забезпечення ефективного кругообігу в

економічному просторі, що передбачає залучення та використання капіталів, які обертаються в межах вітчизняної фінансово-кредитної системи. Пошук альтернативних варіантів та побудова моделей зваженої та водночас перспективної поведінки, як урядових інститутів, так і приватних фінансово-кредитних, вимагає від фахівців-аналітиків та економістів-теоретиків ґрунтовного вивчення не тільки теперішнього стану проблеми, а першопричини її появи, зокрема багатого вітчизняного досвіду в контексті процесу формування прогресивного банківського сектору, що й актуалізує порушене питання. У цьому зв'язку особливої уваги заслуговує велична постать І.В. Вернадського, якою постійно цікавляться вітчизняні й зарубіжні дослідники.

Питання формування приватного банківництва на теренах нашої держави неодноразово порушувалося сучасними дослідниками, зокрема вивчалися й постаті видатних економістів, державних діячів, які сприяли цьому процесу, однак особистість батька першого президента Української академії наук В.І.Вернадського – Івана Васильовича Вернадського (1821–1884) довгий час була в тіні. Видатного співвітчизника, який все своє життя відстоював прогресивний розвиток підприємництва, почали згадувати і у ХХІ ст. Так, з нагоди 180-річчя народження науковця О. Ковалевської було опубліковано біографічну статтю [6], а у 2009 р. за редакцією видатного вченого-економіста В.Д. Базилевича – колективну монографію, яка містить і основні науково-теоретичні досягнення Івана Васильовича [11]. Віддаючи належне наявним на сьогодні дослідницьким надбанням, які висвітлюють постать І.В. Вернадського, варто зауважити, що багато важливих моментів, які варті уваги наукової спільноти не розкриті. Мова йдеться про теоретичні напрацювання вченого в сфері політичної економії, статистики, фінансово-кредитної системи тощо. Зокрема, вагому роль погляди представника класичної економічної школи в Україні, професора Імператорського університету Св. Володимира Івана Васильовича Вернадського відіграли у питаннях реформування та врегулювання діяльності банківських установ, що почали розвиватися на теренах нашої держави у другій половині ХІХ ст.

Мета статті – дослідити та проаналізувати роль Івана Вернадського у становленні української мережі банківських підприємств якої базувалися на приватно-підприємницьких основах.

В 28 років у Москві він блискуче захищає докторську дисертацію "Критико-историческое исследование об италийской политико-экономической литературе до нач. XIX в.", після чого стає працювати екстраординарним професором кафедри політичної економії і статистики у Київському університеті Св. Володимира.

І. Вернадський був великим противником кріпацтва, а тому кріпаків не тримав, навіть звільнив тих, яких одержав у придане за дружиною. На початку 1860-х рр. на засіданнях Політико-економічного комітету на основі теорії вартості він намагався пояснити джерела прибутків буржуазного суспільства, якому на його думку варто було надавати перевагу. Будучи прогресивним економістом він певною мірою поділяв думку Сен-Сімона та його послідовників про те, що приватне банківництво в банківській сфері має домінувати. Втручання держави в економіку, зокрема у розвиток банківництва він вважав неприйнятним, але викорінення пережитків феодально-кріпосницького духу та створення відповідних умов для розвитку ринкових відносин все-таки визнавав справою уряду [7, с. 40]. Значення банків, з його точки зору, полягає у їхньому впливі на "розподіл багатства в народі" [1, с. 62].

Видатний науковець ще з 1850-70-х рр. почав провадити просвітницьку діяльність серед населення і,

насамперед, серед досвідчених економістів беручи активну участь у заснуванні й редагуванні відомих і понині часописів економічного спрямування: "Экономический указатель" (1857–1858), надалі "Указатель политико-экономический" (1859), "Указатель экономический, статистический и промышленный" (1860-1861) і "Экономист" (1858-1865). На сторінках цих видань Іван Васильович закликав до розвитку приватної власності, викорінення кріпацтва та зменшення міри втручання держави у економічні процеси [3-5].

З 1861 р. Іван Васильович на високому теоретичному рівні викладає фінансове право студентам Олександрійського, а з 1863 рр. у званні професора – політичну економію.

У 1868–1876 рр. він виконував обов'язки керуючого Харківською конторою Державного банку. Перебуваючи на цій посаді Іван Васильович зумів добре розібратися з недосконалою місцевою фінансово-кредитною ситуацією і всіляко намагався її виправити. Насамперед займаючись організацією банківської справи загалом. За свідченнями звітних первинних документів Харківська контора Державного банку працювала добре. Так, обіг її капіталів у 1872 р. був наступним: основний капітал – 300 тис. руб., вкладів внески становили – 3 213 902 руб., причому на поточному рахунку було 31 486 084 руб. внесків, прибуток дорівнював 340 247 руб., у тому числі з обліку векселів – 204 293 руб., з позичок – 28 291 руб., з грошових переказів – 13 924 руб. Та іншого – 3 739 руб. [11, с. 209].

Проте, Харківська контора Державного банку мала можливість видавати тільки короткострокові кредити, метою яких було пожвавлення торгівлі і промисловості. При цьому особливо складні перешкоди спостерігалися у розвитку крайового іпотечного кредитування. Банківська реформа проведена у 1860 р. призвела до реорганізації старих казенних банків, які виконували функції іпотечних кредиторів під заставу земельних угідь і селянських душ, однак принципи її дії тривалий час гальмували появу відповідних банківських установ взагалі. Через недосконалість нового кредитного законодавства та нерішучість уряду нові земельні банки протягом десятиліття фактично не існували. Тим часом стрімко зростала чисельність корінного населення, а разом і з ним загострювався попит аграріїв на такий жаданий і необхідний ресурс, як земля. Родина яка отримала визначений шматок землі під час земельної реформи заключала в собі 1-2 працівників але з роками у них виростало ще кілька синів, і для того щоб вони могли забезпечити собі і своїм сім'ям можливість їм теж потрібна була земля. Зважаючи на ці обставини Іван Васильович разом із відомим промисловцем м. Харкова Олексієм Кириловичем Алчевським ініціює відкриття приватного земельного банку який сприяв би розвитку місцевого сільського господарства. Харківський земельний банк було засновано у 1871 р. саме за його активної участі. А в роботу цієї фінансово-кредитної установи вдалося успішно втілити цільове використання іпотечного кредиту.

Часто цей банк ще називають першим акціонерним земельним банком Росії, оскільки його статут, затверджений 4 травня 1871 р., був досить вдалим і став зразком для інших акціонерних земельних банків, таких, як Полтавський земельний банк (1872 р.), Київський земельний банк (1872 р.), Бессарабсько-Таврійський земельний банк (1872 р.) та ін. [2, с. 61]. Засновниками Харківського земельного банку були видатні українські фінансисти і підприємці: І.В. Вернадський (він, власне, й склав статут цієї установи), купець першої гільдії О.К. Алчевський (він був до цього ще й ініціатором появи Харківського торгівельного банку), землевласник А.Ф. Бантиш, купець

першої гільдії, землевласник Ф.І. Добринін та інші заможні жителі Харкова й Харківської губернії [8].

Утворений завдяки випуску 5000 акцій по 200 руб. кожна, основний початковий капітал Харківського земельного банку становив 1 млн. руб. Створений він був для надання позичок під заставу землі (максимальний термін 43,5 р.) і міської нерухомості (максимальний термін 18,7 р.) у Харківській, Полтавській, Катеринославській, Курській та Воронежській губерніях. Розмір кредиту не повинен був перевищувати 60% ринкової вартості заставленого майна при умові його видачі на максимальний термін під 6% або 10% річних, на мінімальний – під 7,5% річних, що вносилися позичальниками рівними частинами кожних півроку. Позика на максимальний термін надавалася під заставу землі у вигляді довготермінових закладних листів; короткотермінові позички, терміном до трьох років можна було отримати у вигляді готівки [2, с. 61]. Завдяки діяльності Харківського земельного банку було завдано нищівного удару по лихварях, які надавали аналогічні позички жителям цього регіону під 15–20 %, що гальмувало розвиток землеробства [8].

У 1872 р. за сприяння Івана Васильовича розпочав свою діяльність земельний банк у Полтаві. За невеликими винятками статут банку був ідентичним зі статутом Харківського земельного банку, а тому був затверджений тодішнім міністром фінансів М. Рейтерном. Полтавський земельний банк було засновано з метою надання кредитних коштів під заставу нерухомого майна у Полтавській, Чернігівській і суміжній з ними губерніях. Згідно статуту засновниками банку були великі землевласники: дійсний статський радник Іван Васильович Вернадський, дійсний статський радник Лев Григорович Милорадович, колезький радник Михайло олександрович Плен, колезький асессор Ілля Давидович Стефанович, губернатор земської управи Лев Павлович Томара, комерційний радник Абрам Моїсеевич Варшавський, а також Торговий дім Р. Рубінштейна і синів. Статутний капітал новоствореного банку, по аналогії з попереднім досвідом, становив 1 млн. руб., що було отримано шляхом випуску 5000 акцій, ціна кожної з яких становила 200 руб. [10].

Однак, слід зауважити, що добро на діяльність обох банків міністерством фінансів було надано швидше у якості економічного експерименту, так як на той час керівництво країни ще побоювалося розвитку нововведень у приватно-підприємницькому напрямку.

Як досвідчений практик і сильний теоретик, учений добре розумів вади пореформеної банківської системи і про необхідність їх усунення час від часу піднімав питання. Наприклад, таке: "...В Полтавській губернії Селянський банк піднімає плату за землю вище за орендну вартість, і значна частина покупців-селян банкрутує" [9].

Водночас слід зауважити, що якби не подавали сучасні, радянські та навіть і імперські економісти й історики діяльність державного Селянського земельного банку у його роботі завжди можна знайти позитивні і негативні сторони. Із світлого боку слід насамперед наголосити на тому, що ця фінансово-кредитна установа була першою і, довгий час, єдиною яка хоч якось вирішувала проблему іпотечного кредитування серед селянства. А ця проблема, як відомо, з кожним роком, зважаючи на ріст населення та нестачу земельних наділів, дедалі наростала критичним комом. Однак, будучи державним, банк містив як і загальні бюрократичні недоліки, а також не міг, згідно діючого статуту, задовольнити інтереси геть усіх верств населення які потребували відповідної допомоги. Звісно, що насамперед страждали найменш захищені поодинокі господарі, які змушені були продовжувати потрапляти до лещат лихварів.

Державний селянський поземельний банк розпочинає свою діяльність з 1882 р. за ініціативи та активної підтримки тодішнього міністра фінансів М.Х. Бунге. Метою цієї банківської установи було надання селянам усіх категорій довгострокового кредиту для того, щоб полегшити їм купівлю землі. Таку позику могли отримати, як окремі селяни, так і сільські громади, окремі поселення, що не входили до сільської громади, товариства селян, а також міщани, які займалися землеробством і постійно проживали в селі.

На практиці допомагаючи дворянам вигідно продати їхню землю, банк в основному кредитував заможних селян та селянські товариства, оскільки для окремого дрібного селянина-власника навіть такий довгостроковий кредит був досить обтяжливим. Можна зазначити й те, що, окрім надання кредитів, банк мав право сам купувати мастки й продавати їх дрібним землевласникам. Тільки з 1882 р. й до кінця 1890 р. через Селянський поземельний банк до селян перейшло 4 млн. десятин землі, тоді, як дворянам у 1877 р. належало 16 млн. десятин, а в 1902 р. – вже тільки 12,2 млн. десятин [12, с. 82]. При отриманні кредиту значну перевагу мали окремі селяни, оскільки за статутом банку максимальний розмір позички був 125 руб. на кожну особу чоловічої статі в разі общинного землеволодіння та 500 руб. на кожного домогосподаря – при подвірному землеволодінні [13 с. 4]. Спочатку за бажанням позичальників позички видавалися на 24,5 та на 34,5 років відповідно під 7,5 та 8,5 %. Причому розмір кредиту не мав перевищувати 75% вартості заставленої землі [14, с. 63]. Оскільки такий порядок видачі кредитів не зовсім задовольняв уряд та клієнтів банку, то в листопаді 1885 р. було затверджено новий статут, за яким термінів видачі позичок стало п'ять: 13 р., 17 р., 26,5 р., 38,4 р. та 51,9 р. відповідно під 11,5%, 9,5%, 7,5%, 6,5% та 6% річних, а розмір кредиту не мав перевищувати 60% нормальної та 90% спеціальної оцінок. Особливим було те, що за новим статутом банк зобов'язаний був взяти у клієнта заставну розписку, де зазначалося, що господар не має права без дозволу банку укласти орендні угоди, продавати ліс, що ріс на купленій ділянці, та зносити будівлі, які знаходилися на цій землі [23, с. 98]. З часом максимальний термін позички зріс аж до 55,5 р. [14, с. 64].

На українських землях відділення банку було відкрито у Волинській, Катеринославській, Київській, Херсонській, Подільській, Полтавській, Чернігівській, Харківській і Таврійській губерніях. З 1883 по 1899 рр. з його допомогою селянами перших восьми українських губерній було придбано у приватну власність 908,6 тисяч десятин землі [15, с. 585]. Першим керуючим було призначено учня М.Х. Бунге – Є.Е. Картацева.

Свою діяльність новостворений Селянський банк розпочав дуже обережно. З одного боку, керівництву установи не хотілося викликати бурхливе невдоволення поміщиків, порушенням їхніх інтересів, а з іншого, – небажане поширення спекулятивних операцій, від яких застерігав генерал-губернатор О.Р. Дрентельн подільського губернатора: "Деякі ненадійні особистості, зловживаючи простотою селян, спонукають їх до попередніх по купівлі землі угод, обнадіюючи при цьому сприянням банку" [16, арк. 9].

Незважаючи на недоліки в роботі цього банку створення його було великим кроком у плані розширення приватного селянського землеволодіння, прихильником якого був М. Бунге, та покращення добробуту селян. Один з економістів того часу П.П. Мігулін з цього приводу писав: "Заслуга М.Х. Бунге в тому, що він зумів поряд з скасуванням подушного податку, пониженням викупних платежів колишніх маєткових селян і

встановленням обов'язкового викупу ними наділів, організував також на порівняно гарних умовах і кредит селянам для придбання такої необхідної для їхнього добробуту (а разом з тим і добробуту всієї країни) земельної власності" [17, с. 140].

Невдовзі, враховуючи численні скарги дворян-землевласників на дорожнечу приватного земельного кредиту і нерентабельність маєтків, а також беручи до уваги їхні прохання забезпечити їм довгостроковий пільговий кредит, який би полегшив становище, урядом було прийнято рішення про відкриття в 1885 р. Державного дворянського земельного банку. З цією метою на підтримку даного проекту з оборотних сум Державного банку було вирішено виділити близько трьох млн. руб. [18, с. 2]. Згідно з положенням від 3 червня 1885 р. "Про державний Дворянський земельний банк" він створювався "для надання довгострокових позичок спадковим дворянам-землевласникам під заставу належної їм земельної власності" [18, с. 3]. Діяльність банку поширювалася на всю Європейську Росію, окрім Фінляндії, губерній Царства Польського і Прибалтійських країн. Підпорядковувався він безпосередньо Міністерству фінансів і був під наглядом Ради державних кредитних установ. Керівництво цією установою здійснювали керуючий та Рада банку. Першим керуючим було знову таки призначено Є.Е. Картавцева, який водночас суміщав аналогічну посаду в Селянському банку.

Позички видавалися банком під заставу землі (в тому числі й тієї, що вже була закладена в приватних земельних банках) на терміни 48,8 років та 36,7 років відповідно 5,67 та 6,25 % на рік. Згодом термін видавання позичок було продовжено до 66 років [14, с. 65]. Розмір позички не мав перевищувати 60 % оціночної вартості (в окремих випадках – 75 %) заставленого маєтку, якщо ж вартість маєтку була нижчою за 1000 руб., то позички під маєтки не видавалися взагалі [18, с. 10].

За трактуванням тогочасного економіста того часу Я.А. Сербиновича, цей банк мав на меті "охороняти дворянські маєтки від загибелі", тоді, як Селянський поземельний банк засновувався "для ловлі цієї погібелі на користь селян" [19, с. 175]. Із заснуванням Дворянського земельного банку завершується становлення іпотечного кредиту, що стало важливою віхою у формуванні банківської системи ринкового типу другої половини XIX ст.

З огляду на пільгові умови кредитування заявок від великих і середніх землевласників у відділення банку на отримання такого кредиту відразу ж надійшло дуже багато. Лише з кінця 1885 р. по 1 січня 1887 р. в 24 його відділення було подано 3935 таких прохань на видачу позичок під заставу 3402550 дес. землі на суму 144436555 р. (великими вважалися землеволодіння, за якими розмір позички перевищував 100000 руб., а середніми – 10000 руб.) [17, с. 150]. Досить часто клієнти банку – дворяни – отримували відстрочки при сплаті відсотків по кредитах. Значні суми боргу часом і зовсім списувалися. Така ситуація склалася в результаті того, що абсолютно не здійснювався контроль над виданими позиками. У багатьох випадках отримані кошти направлялися не на підтримку господарства, що занепало, а на звичайне проїдання. Для того, щоб хоч якось тримати на плаву цю установу, уряд був змушений надавати банку цілий ряд дотацій. Так, із виданих у 1886–1889 рр. Державним банком дотацій іпотечним установам на суму 257,5 млн. руб., 90 % було отримано саме Дворянським банком [24, с. 190].

Безпосередньо на території України справи з дворянським кредитом були теж не дуже оптимістичними, але закладених маєтків було, все таки небагато. Так, у

Херсонській губернії у відділенні банку на 1885 р. було закладено лише 21 маєток на суму 408, 8 тис. руб., але й тут погашення взятих кредитів відбувалося не досить справно: з 100 руб. позички повертали тільки 2–3 руб. [20, с. 99].

Між тим, відкриття, як Селянського так і Дворянського банків було досить великим прогресивним кроком уперед у плані підтримки сільського господарства від занепаду та налагодження вітчизняної економіки в цілому. Тому наприкінці 1880-х рр. деякі землевласники вважали за необхідне "відкрити відділення Дворянського і Селянського банків повсюди" [21, арк. 128]. А щодо недоліків у діяльності даних банківських установ пропонувалося понизити занадто високі відсотки (8 %) за користування кредитом Селянського банку та узаконити те, що на випадок прострочення платежу дворянами, маєтки слід брати під опіку на певну кількість років до сплати боргу клієнтами Дворянського банку [21, арк. об. 128].

Оскільки проблема створення державного земельного (іпотечного) банку в теперішніх умовах також є вкрай актуальною для держави Україна в контексті початку формування вітчизняного ринку землі, то сучасні вітчизняні економісти звертають увагу керівників держави на необхідність "створення завершеної системи інфраструктурного забезпечення розвитку земельної іпотеки" [22, с. 12]. При цьому цілком доречним є проведення історичних паралелей між сучасною епохою (90-ті рр. XX – початок XXI ст.) та тим історичним періодом кінця XIX ст., коли іпотечні банки переживали бурхливий розвиток.

Отже, процес формування вітчизняної банківської системи протягом другої половини XIX ст. проходив в умовах зародження ринкового господарства в пореформеній Російській імперії, а зокрема й на території підросійської України та у контексті становлення і розвитку загальноросійської банківської справи, заснованої на ринкових засадах. На процес еволюції пореформеного українського банківництва певний вплив здійснювала й економічна політика провідних європейських країн з розвинутою ринковою економікою, яка проявлялася головним чином у зміні політико-економічних теоретико-наукових устоїв та у поступовому проникненні іноземного капіталу. Крім того, період становлення та розвитку цієї системи супроводжувався політичною нестабільністю. Проте, завдяки теоретичному і практичному доробку відомих і видатних вітчизняних економістів-практиків, таких як Іван Васильович Вернадський формування української банківської системи епохи вільного підприємництва відбувалося впевненими кроками. В процесі еволюції мережа новостворених, як приватних, так і відділених державних банківських установ, незважаючи на труднощі та прорахунки і складні історичні умови, функціонувала з метою обстоювання економічних інтересів українського народу.

1. Вернадский И. Критико-историческое исследование об итальянской политико-экономической литературе до начала XIX века / Иван Вернадский. – М.: В университетской типографии (для получения степени доктора). – 1849. – 118 с. 2. Гурьев А. Очерк развития кредитных учреждений в России / А. Гурьев. – С.-Петербург, 1904. – 250 с. + IV с. 3. И.В. (Вернадский И.В.). Новые банки // Экономический указатель. – 1857. – № 5. – С. 107-108. 4. И.В. (Вернадский И.В.). Кредит // Экономический указатель. – 1856. – № 6. – С. 129-130. 5. И.В. (Вернадский И.В.). О поземельной собственности (критику "Современника") // Экономический указатель. – 1857. – № 22, 25, 27. 6. Ковалевська О. Видатний вчений, освітянин, громадський діяч: 24 травня – 180 років від дня народження І.В. Вернадського / Оксана Ковалевська // Вісн. НАН України. – 2001. – № 5. – С. 58 – 63. 7. Коропецький І.-С. Українські економісти XIX століття та західна наука / І.-С. Коропецький. – К.: Либідь, 1993. – 192 с. 8. Малахов В. Явление Алчевского: История взлета и падения украинского финансиста и предпринимателя / В. Малахов // Зеркало недели. – 1998. – 12–18 декабря. – № 50 (219). – С. 11. 9. Ситник К. До Вернадського на пораду / К. Ситник // Сільські вісті. – 2006. – 18 серпня.

10. Высочайше утвержденный Устав Полтавского земельного Банка // ПСЗ – II. – Т. XLVII. – 1872. – № 50708. 11. І. Вернадський Витоки. Творча Спадщина у контексті історії економічної думки в Україні / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2009. – 862 с. 12. Скорняков Л. Деятельность Крестьянского поземельного банка в Киевской губернии за 28 лет (1883–1910 гг.) / І.Г. Скоморович. – К., 1912. – 161 с. 13. Чухась А. Селянський поземельний банк Російської імперії / А.Чухась, Г. Бобер // Вісник НБУ. – 2002. – №4. – С. 60–61. 14. Соколов Е.В. История банковского дела: [учеб. пособие] / Е.В. Соколов. – М., 2001. – 67 с. 15. А.Б. Деятельность Крестьянского банка на Украине / А.Б. // Украинский вестник. – 1906. – № 8. – С. 581–589. 16. Державний архів Полтавської області. – Ф.592. – Оп.1. – Спр.1 "Відомості про витрати міських коштів". 17. Мигулин П.П. Наша банковая политика (1729–1903)

/ Петр Петрович Мигулин. – Харьков, 1904. – 439 с. 18. Высочайше утвержденное мнение Государственного дворянского земельного банка. – СПб.: Типография В. Киршбаума, 1885. – 19 с. 19. Сербинович Я.А. Поземельный кредит, его прошлое, настоящее и будущее / Я.А. Сербинович. – С.-Петербург, 1887. – 186 с. 20. Статистико-экономический обзор Херсонской губернии за 1895 г. – Херсон, 1897. – 255 с. 21. Центральний державний історичний архів України. – Ф.442. – Оп. 539 – Спр.1 "Из бумаг относящихся к разным предметам" 22. Савич В. Державний земельний (іпотечний) банк як елемент інфраструктури іпотечного ринку / В. Савич // Банківська справа. – 2004. – № 3. – С. 10–16.

Надійшла до редколегії 04.02.11

УДК 330.341.44:519.8

В. Филук, асп.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ КОНЦЕНТРАЦІЇ РИНКІВ

Розглянуто особливості генезису теоретичного дослідження концентрації ринків у науковій спадщині представників різних економічних течій і шкіл. Розкрито сутність поняття економічна концентрація та проаналізовано взаємозв'язок між різними її видами.

Ключові слова: економічна концентрація, конкуренція, концентрація виробництва, концентрація капіталу, монополія, ринкова концентрація, рівень ринкової концентрації.

Рассмотрены особенности генезиса теоретического исследования концентрации рынков в научных разработках представителей различных экономических течений и школ. Раскрыта сущность понятия экономическая концентрация и проанализирована взаимосвязь между ее видами.

Ключевые слова: экономическая концентрация, конкуренция, концентрация производства, концентрация капитала, монополия, рыночная концентрация, уровень рыночной концентрации.

The paper examines special features of market concentration theoretical research genesis in scientific heritage of representatives of different economic schools. The essence of a term economic concentration is exposed and interconnection between its different kinds is analyzed.

Keywords: economic concentration, competition, concentration of production, concentration of capital, monopoly, market concentration, level of market concentration.

Актуальність дослідження концентрації ринків, її взаємозв'язку з процесами конкуренції і монополізації має важливе теоретичне і практичне значення. Теоретичне переосмислення сутності, шляхів та наслідків процесів концентрації ринків дає можливість виявити головні закономірності розвитку не тільки ринку, але й економіки в цілому. Практичне значення такого дослідження зумовлене тим, що в умовах глобалізації концентрація ринків є фактором, який здійснює суперечливий вплив на ефективність їх функціонування. З одного боку, високий рівень ринкової концентрації за інших сприятливих умов здатен здійснювати позитивний вплив на динаміку ринку, забезпечувати його стійкість у період фінансових та структурних криз, стимулювати залучення значних обсягів інвестицій у досягнення науково-технологічного прогресу тощо. З іншого боку, високий рівень концентрації ринку може призвести до посилення монопольних тенденцій на ньому та, як наслідок, до необґрунтованого підвищення цін, виникнення штучного дефіциту товарів і послуг, тощо. Суперечливий вплив процесу ринкової концентрації на зростання національної конкурентоспроможності, підвищення суспільного добробуту потребує його науково-обґрунтованого регулювання, заснованого на урівноваженні різноспрямованих векторів дії, властивих цьому процесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить, що проблема концентрації ринків поступово втрачає свою актуальність в країнах її традиційного виникнення та еволюції, зокрема в США та Західній Європі. Однак все більшу увагу вона набуває у країнах Східної Європи та на теренах країн пострадянського простору, зокрема в Росії та Україні. Комплекс наукових проблем, пов'язаних з еволюцією підходів до визначення концентрації ринків та її місця в системі економічних відносин є предметом дослідження багатьох видатних науковців, у

т.ч. лауреатів Нобелівської премії Дж. Стігліца та П. Кругмана, відомих зарубіжних та вітчизняних економістів С. Авдашевої, В. Базилевича, І. Владімірової, А. Герасименко, О. Горняк, А. Ігнатюк, І. Князевої, В. Лагутіна, Є. Н. Розанової, А. Шастітко та ін.

Однак слід зазначити, що складність проблем ринкової концентрації в трансформаційній економіці зумовлює потребу у подальшому поглибленні досліджень закономірностей розвитку концентраційних процесів. Відтак, метою запропонованої публікації є з'ясування особливостей генезису теоретичного дослідження концентрації ринків у науковій спадщині видатних економістів.

Процес концентрації ресурсів, виробництва та капіталу, який мав значний вплив на розвиток ринкового господарства в минулому, відіграє важливу роль і в сучасних економічних перетвореннях. Його вплив на економічні процеси в сучасних умовах є досить багатограним та надзвичайно суперечливим.

Перш ніж перейти до аналізу сучасного місця концентрації ринків в системі економічних відносин, необхідно з'ясувати сутність поняття "концентрація" як економічної категорії. В першу чергу зазначимо, що етимологічно це поняття походить від латинського "concentratio" і в перекладі означає "центр", "осередок".

Сучасне розуміння терміну "концентрація ринків" утвердилось не одразу, а еволюціонувало протягом тривалого часу в економічній науці. Різні школи політичної економії розглядали це поняття по-різному. Умовно у розвитку теорії концентрації можна виділити наступні етапи, які характеризуються різними підходами до трактування даного поняття (див. рис. 1):

- XVIII – кінець XIX ст.;
- кінець XIX ст. – перша половина XX ст.;
- друга половина XX ст.

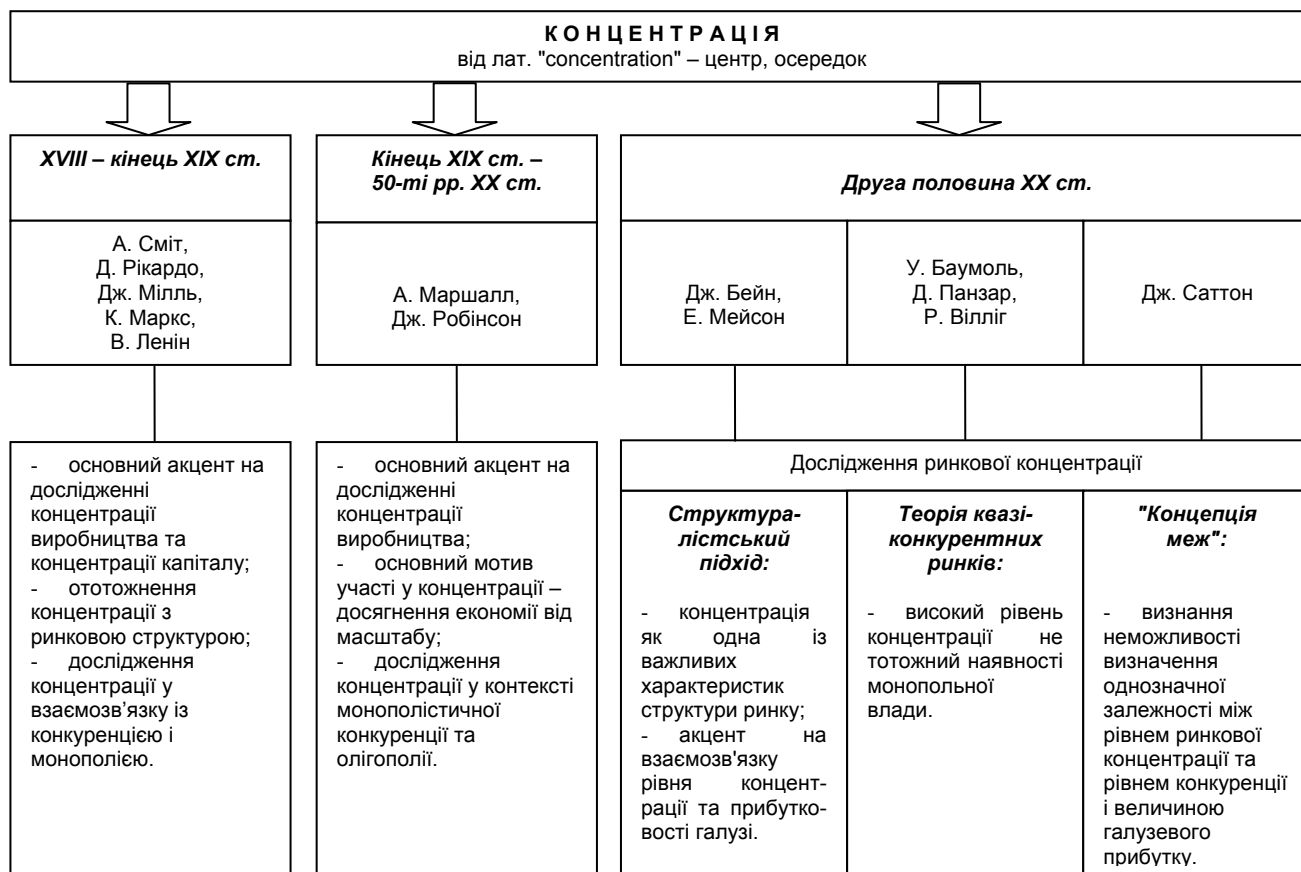


Рис. 1. Еволюція підходів до визначення поняття "концентрація"

Джерело: складено автором

Перший етап, який тривав з початку XVIII до кінця XIX ст., охоплює погляди представників класичної школи політичної економії та марксистів. Саме в цей період були закладені загальнотеоретичні основи поняття концентрації. Однак слід зазначити, що підхід класиків до розуміння цього поняття був дещо узагальненим, оскільки концентрація тоді ототожнювалася з ринковою структурою, а не розглядалася як окремий чинник, що впливає на формування останньої. Ще однією характерною рисою цього періоду є те, що об'єктом аналізу вчених була виключно концентрація виробництва та капіталу, а не концентрація ринків. Однак науковий доробок тогочасних учених-економістів заклав основи для дослідження останньої в пізніші періоди. Крім того, концентрація розглядалася у нерозривному зв'язку з питаннями конкуренції та монополізму. Зокрема останній трактувався як результат високого рівня концентрації виробництва, який і дає можливість підприємствам отримувати надприбутки на основі підтримки монополістично-високих цін.

Представники марксизму здійснили дещо глибший аналіз сутності концентрації. Так, К. Маркс сформулював закон концентрації, який поширюється на всі галузі промисловості і обумовлює структурні зміни в них. Сутність цього закону полягає у зосередженні працівників і робочих машин на великих підприємствах, і, відповідно, виробництва на одному або кількох великих заводах. [10, с.194]. Учений показав, що процес концентрації відбувається як шляхом збільшення виробництва в результаті приєднання частки додаткового продукту до первісних витрат (тобто відбувається накопичення капіталу), так і шляхом централізації (об'єднання підприємств та виробництв). Таким чином, марксистська економічна теорія розмежовувала процеси концентрації

капіталу та концентрації виробництва. Перша розглядалася як нагромадження капіталу за допомогою капіталізованої частини доданої вартості, тобто фактично відтворення капіталу в розширеному масштабі, у той час як остання являла собою зростання розмірів та потужностей підприємств, зосередження на найбільших з них значної або навіть переважної частини галузевого виробництва. Ці процеси вважалися взаємопов'язаними і взаємозумовленими.

Другий період (кінець XIX ст. – перша половина XX ст.) розвитку теорії концентрації охоплює творчий доробок представників кембриджської школи політичної економії (А. Маршалла, Дж. Робінсон). У цей час концентрація розглядалася як результат динамічних змін в економічному середовищі. Провідні економісти цього періоду основну свою увагу все ще зосереджували на дослідженні концентрації виробництва, однак основним мотивом участі підприємств у цьому процесі вони визначають не досягнення монопольного становища як марксиста та класики, а зниження витрат за рахунок економії на масштабах виробництва. Так, А. Маршалл, вказував на наявність прямого взаємозв'язку між економією від масштабу та концентрацією виробництва. Зокрема він підкреслював, що розширення масштабів виробництва надає підприємству конкурентні переваги порівняно з його суперниками, а також сприяє зниженню рівня цін, оскільки за рахунок зниження собівартості продукції підприємство може дозволити собі продавати її за нижчими цінами. Якщо підприємство здатне вистояти у конкурентній боротьбі протягом тривалого періоду часу, то воно і декілька йому подібних поділять між собою всю галузь виробництва, в якій вони функціонують і, як результат, збільшить рівень концентрації [11, с. 401].

Ефект масштабу тісно взаємопов'язаний з поняттям мінімально ефективного розміру підприємства. Якщо прослідкувати його співвідношення з розміром ринку, то можна побачити, що між ними існує обернений взаємозв'язок. За інших рівних умов, чим менший мінімально ефективний розмір підприємства та чим більший ринок, тим більше підприємств мають змогу розпочати діяльність на такому ринку, оскільки бар'єри входу в такому випадку є відносно низькими. Це, у свою чергу, сприяє зростанню рівня конкуренції та відповідному йому зниженню рівня концентрації ринку. Саме такий вплив ефекту від масштабу на структуру ринку знайшов своє відображення у подальших роботах представників неокласичної школи.

У цей же період відбулися й інші зміни у дослідженні процесів концентрації. Зокрема, у першій третині ХХ ст. цей процес розглядався уже не лише в контексті монополії та конкуренції, а пов'язувався більше з іншими ринковими структурами, а саме монополістичною конкуренцією та олігополією. У зв'язку з цим концентрація виробництва розглядається як фактор, що спричиняє різноманітні обмеження, квотування, раціоналізації та зростання велетенських підприємств. Необхідно зауважити, що саме з часів Дж. Робінсона в економічній літературі утверджується положення про наявність прямого зв'язку між рівнем ринкової концентрації, що виражається у кількості продавців на ринку, рівнем ринкової ціни та величиною монопольного прибутку кожного продавця [3, с. 73].

Третій етап розвитку теорії концентрації ринків пов'язаний з виникненням особливого наукового напрямку аналізу ринку – теорії організації промисловості. Важливий внесок у розвиток теорії концентрації в цей період зробили представники структуралістського напрямку економічної теорії Дж. Бейн та Е. Мейсон, основоположники теорії квазіконкурентних ринків – У. Баумоль, Д. Панзар та Р. Вілліг, а також автор концепції меж Дж. Саттон. Необхідно зазначити, що всі ці економісти застосовували однакові методологічні підходи до дослідження концентрації ринків, однак висновки, до яких вони прийшли, суттєво відрізняються.

Серед характерних особливостей дослідження концентрації ринків цього періоду можна виділити наступні:

- об'єктом аналізу є безпосередньо концентрація ринків, а не концентрація виробництва та капіталу як це було у попередні періоди;
- розуміння ступеню концентрації покупців та продавців як одного із основних параметрів, що характеризує структуру ринку;
- дослідження взаємозв'язку між рівнем прибутковості галузі та рівнем її концентрації.

Необхідно зазначити, що якщо стосовно того, що концентрація ринків – це предмет дослідження мезоекономічного рівня, думки представників теорії організації галузі повністю співпадають, то висновки, пов'язані з двома іншими аспектами аналізу цього процесу часто кардинально відрізняються. Зупинимось детальніше на цих відмінностях.

Так, Дж. Бейн та Е. Мейсон у своїх роботах обґрунтовують тезу про наявність оберненого взаємозв'язку між рівнем конкуренції на ринку та рівнем його концентрації, тобто чим вищий рівень ринкової концентрації, тим більше ринкова структура віддаляється від конкурентної. Однак в цей же період У. Баумоль, Д. Панзар та Р. Вілліг у своїй роботі "Квазіконкурентні ринки та теорія галузевої структури" ("Contestable Markets and the Theory of Industry Structure") висувають альтернативну гіпотезу і доводять, що зростання рівня концентрації продавців на ринку не завжди призводить до збіль-

шення їх ринкової влади. Вони вважають, що у багатьох випадках монопольна влада може поєднуватися з низьким рівнем концентрації ринку (наприклад, діяльність суб'єкта господарювання на локальних та національному ринках). Можлива також і зворотна ситуація, коли наявність незначної кількості великих підприємств на ринку не означає зосередження значної монопольної влади у їхніх руках [1, с. 143]. Такої ж думки дотримуються і представники теорії ігор.

Особливо відрізняються висновки учених-економістів другої половини ХХ ст. щодо взаємозв'язку ступеня концентрації ринку та рівня прибутку, який отримують підприємства, що діють на ньому. Якщо структуралісти та представники теорії квазіконкурентних ринків вказують на те, що високий рівень концентрації ринку призводить до високого рівня прибутковості підприємств і навпаки, то Дж. Саттон наголошує на неможливості встановлення однозначної залежності між цими двома показниками в сучасних економічних системах та недоцільності встановлення такої залежності у зв'язку з динамічністю розвитку останніх.

Таким чином, аналізуючи різні наукові підходи до розуміння природи концентрації ринків, можемо стверджувати, що концентрація ринків – складне та багатогранне явище, яке має суперечливий вплив на розвиток ринку та динаміку його окремих показників.

У сучасній науковій літературі концентрація ринків найчастіше розглядається через призму базових питань антимонопольної політики, при дослідженні стану конкуренції на ринку або як наслідок процесів злиття та поглинання.

Необхідно звернути увагу на те, що в сучасній вітчизняній економічній літературі поняття "концентрація" вживається в різних значеннях, що свідчить про відсутність загальноприйнятої точки зору на його зміст. Так, наприклад, у Великому економічному словнику за редакцією А. Азріліяна концентрація тлумачиться як збільшення розмірів капіталу в результаті накопичення та капіталізації ринкової вартості, створеної найманими робітниками і привласненої власниками засобів виробництва [2, с.428]. Подібної точки зору дотримується і професор В. Лагутін, який розглядає концентрацію як процес об'єднання економічних ресурсів під єдиним контролем [8, с.132]. Очевидно, в обох випадках йдеться про концентрацію капіталу.

У свою чергу І. Князєва ототожнює поняття ринкова та економічна концентрація і розглядає їх як зосередження економічно значимих ознак чи характеристик у руках незначної кількості господарюючих суб'єктів. При цьому акумулюється як матеріальна, так і представницька влада [7, с.56]. На нашу думку, поняття економічної концентрації є значно ширшим, ніж ринкова концентрація.

Крім того, в економічній літературі дуже часто як слова-синоніми вживалися поняття "концентрація влади", "концентрація ринку", "концентрація капіталу" та "концентрація виробництва". На некоректність такого ототожнення ще вказував один з найвідоміших представників німецького ордолібералізму В. Ойкен. На його думку, основою ринкової влади є не концентрація виробництва, а концентрація бізнесу (тобто концентрація капіталу). "Величина виробничої одиниці сама по собі ще не констатує економічну владу; ця величина створює владні позиції лиш тоді і постільки, коли і поскільки вона веде до утворення монополістичних, олігополістичних чи інших ринкових форм, які відрізняються від повної конкуренції" [12, с.256].

Тому існує необхідність розглянути сутність однопрядкових з поняттям "економічна концентрація" термінів з метою уникнення неточностей і некоректностей у фо-

рмулюваннях. На наш погляд, поняття "економічна концентрація" є більш загальним і включає в себе концентрацію капіталу, концентрацію виробництва, концентрацію ринків, концентрацію влади, тощо (див. рис. 2). Ці види концентрації не є тотожними, але взаємопов'язані між собою, а не рідко і взаємозумлюють одна одну. Щоб довести це, розглянемо сутність цих понять.

Так, концентрація капіталу – це процес зростання капіталу за рахунок його накопичення, тобто перетворення частини доданої вартості в капітал. З поняттям "концентрація капіталу" тісно пов'язані поняття

"централізація капіталу" і "концентрація виробництва". Централізація капіталу являє собою зростання розмірів капіталу чи поглинання одного капіталу іншим [2, с.1301], [5, с.253]. Якщо таке об'єднання відбувається між підприємствами, які функціонують на одному товарному ринку, то це неминуче призводить до його концентрації. Концентрація виробництва – це зростання розмірів і потужностей підприємств, зосередження на найбільших з них значної або навіть переважної частини засобів виробництва, робочої сили і галузевого виробництва [8, с.131].

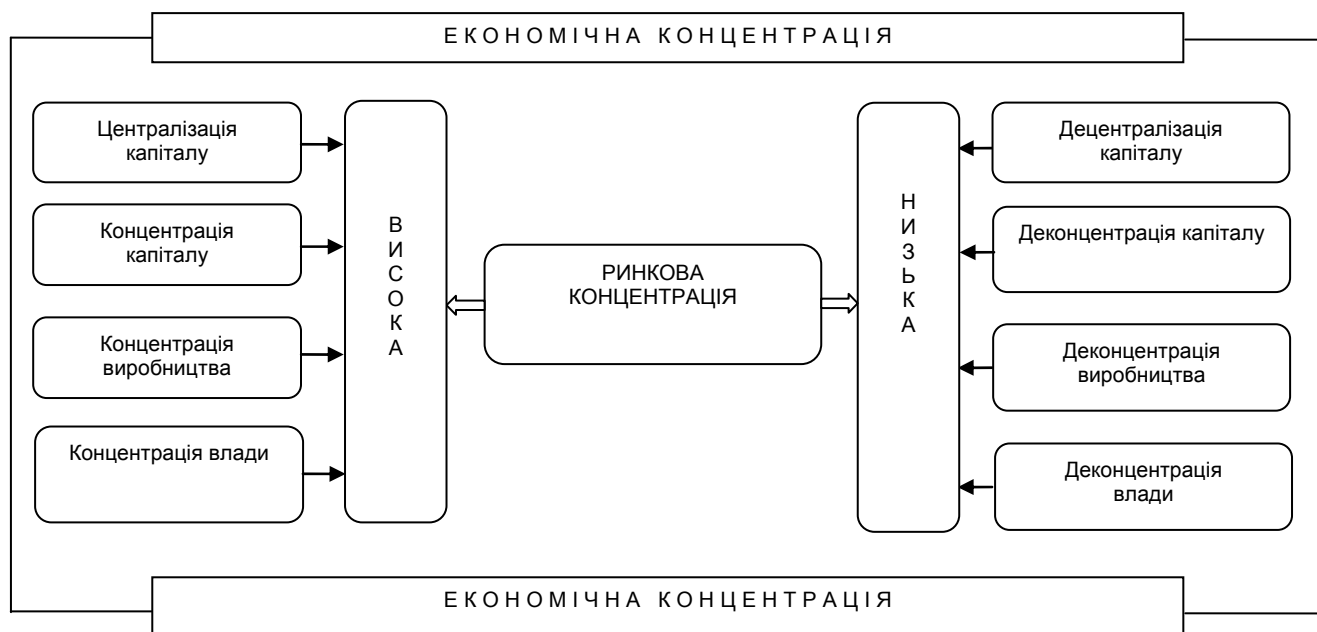


Рис. 2. Взаємозв'язок різних видів економічної концентрації

Джерело: складено автором

Таким чином, концентрація капіталу та його централізація є необхідною, але не достатньою умовою концентрації виробництва, адже перетворена на капітал частина доданої вартості не обов'язково спрямовується у розширення існуючого виробництва, а може бути використана власниками капіталу для диверсифікації діяльності. Тим часом, концентрація капіталу і централізація капіталу суттєво впливають на рівень концентрації ринків.

Сучасні англійські економісти Е. Долан і Д. Ліндсей під концентрацією ринку розуміють ступінь переважання на ринку однієї чи декількох фірм [4, с.492]. Подібної точки зору дотримуються і російські дослідники з проблем антимонопольного регулювання, які концентрацію ринку тлумачать як такий стан ринкової пропозиції, при якій значна частина ринкового попиту задовольняється невеликою кількістю підприємств [9, с.133]. Усі вище наведені визначення є досить обмеженими, що можна пояснити наступними причинами. По-перше, як західні, так і російські дослідники пов'язують концентрацію ринків лише зі станом ринкової пропозиції, у той час як А. Ігнатюк вказує на доцільності розгляд цього поняття як з боку пропозиції, так і з боку попиту [6, с.87]. По-друге, в обох визначеннях йдеться про домінування на ринку одного чи кількох суб'єктів, тобто про концентрацію ринкової влади в руках обмеженого кола осіб. Автори не враховують тієї обставини, що ступінь концентрації ринку може бути різною, тобто ринок може бути висококонцентрованим або низькоконцентрованим. З огляду на це, концентрацію ринку слід трактувати як економічну категорію, яка відображає ступінь розподілу ринкових часток між його учас-

никами. Отже, на концентрацію ринку можуть впливати як концентрація капіталу, централізація капіталу, концентрація виробництва, так і протилежні їм процеси, а саме – децентрація капіталу, децентралізація капіталу та деконцентрація виробництва.

Проблеми концентрації привертала увагу представників різних течій та напрямів економічної теорії. Однак у їхніх працях основна увага приділялася концентрації виробництва та капіталу. Проблема концентрації ринків є відносно новою і постала перед економістами-теоретиками і практиками лише на початку ХХ ст. Особливу увагу розробці теоретичних аспектів ринкової концентрації було приділено представниками Гарвардської школи. На сучасному етапі це завдання ще більше актуалізується, особливо в країнах з перехідною економікою.

Перспективи подальших досліджень у цій сфері пов'язані з необхідністю розробки в умовах глобалізації теоретико-методологічних засад концентрації ринків з метою забезпечення оптимального співвідношення на них "концентрація-конкуренція".

1. Baumol W. J., Panzar J. C., and Willig R. D., Contestable Markets and the Theory of Industry Structure. – New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1982.
2. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азриляна. – 6-е изд., доп. – М.: Институт новой экономики, 2004. – 1376 с.
3. Горняк О.В., Філіпович В.В. Розвиток теоретичних підходів до аналізу взаємозв'язку ринкових структур, конкуренції та концентрації // Економічна теорія, 2009. – № 1. – с. 67-80.
4. Долан Э. Дж., Ліндсей Д. Е. Рынок: микроэкономическая модель: Пер. с англ. – СПб.: СП "Автокомп", 1992. – 496 с.
5. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – 7-ме вид., стер. – К.: Знання-Прес, 2008. – 719 с.
6. Ігнатюк А.І. Галузеві ринки: теорія, практика, напрями регулювання: Монографія. – К.: ННЦ ІАЕ, 2010. – 465 с.
7. Князева И.В. Антимонопо-

льная политика в России: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Нац. экономика" – 2-е изд., перераб. – Москва : Издательство "Омега-Л", 2007. – 493 с. 8. Конкуренція і конкурентна політика: категорії та поняття / В.Д. Лагутін, О.О. Бакаліньська, О.В. Вертелева та ін.; за заг. ред. В.Д. Лагутіна. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 320 с. 9. Концентрация на товарных рынках... // Под

ред. А.Е. Шаститко. М.: БЭА, 2002. – 302 с. 10. Маркс К., Энгельс Ф. Полное собрание сочинений. – Т.12. – М., Политиздат, 1962. – 476 с. 11. Маршалл А. Принципы экономической науки: В 5 т-х. – М.: Прогресс, 1993. – Т. 1. – 416 с. 12. Ойкен В. Основы национальной экономики. – М.: Экономика, 1996. – 351 с.

Надійшла до редколегії 16.02.11

УДК 311.11

С. Шибіріна, асп.

РИНОК НЕРУХОМОГО МАЙНА ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ ТА ОБ'ЄКТ СТАТИСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Розкрито сутність ринку нерухомого майна, його складових понять, розглянути умови створення і функціонування ринку нерухомості, а також визначені основні напрями статистичного дослідження ринку.

Ключові слова: "ринок нерухомого майна", "нерухоме майно", "об'єкт нерухомого майна".

Раскрыта сущность рынка недвижимого имущества, его составляющих понятий, рассмотрены условия создания и функционирования рынка недвижимости, а также определены основные направления статистического исследования рынка.

Ключевые понятия: "рынок недвижимости", "недвижимое имущество", "объект недвижимого имущества".

The article provides the essence of a real estate market, its component terms, and creation and operating conditions of real estate market. The article identified guidelines statistical investigation of market.

Keywords: real estate market, real estate, objects of real estate.

У ринковій економіці ринок нерухомого майна виконує ряд важливих функцій та задовольняє різноманітні економічні та соціальні потреби. Виконуючи ряд загальних і специфічних функцій, ринок нерухомості суттєво впливає на всі сторони життя та діяльності людей. Ринок нерухомого майна є складним правовим, організаційно-економічним та соціальним інститутом, без чіткого уявлення сутності якого, а також понять пов'язаних з ним, не можливо проводити його аналіз, ефективно і професійно працювати на ньому, здійснювати його державне регулювання. Таким чином, вивчення ринку нерухомості, в тому числі статистичне, не можливе без визначення понять і співвідношень між ними.

Слід зазначити, що окремі аспекти досліджуваної проблеми досить широко розглядалися в економічній літературі і дисертаційних роботах. Так, теоретичні і практичні питання вивчення ринку нерухомості, в тому числі визначення понять і співвідношень між ними вивчалися в роботах як зарубіжних, так і вітчизняних вчених, зокрема Г.С. Харрісона, Дж.Фрідмана, Н.Ордуейя, В.Д. Базилевича, Л.П. Чубук, І.Т. Балабанова, С.В. Грибовського, С.В. Гриненка, Д.В. Виноградова, Г.М. Стерника, А.М. Асаула, І.А. Брижана, В.Я. Чевганова, І.М. Геллера та ін. Однак, у сучасному вітчизняному законодавстві та в роботах українських і зарубіжних авторів відсутнє єдине трактування поняття "ринок нерухомого майна" та його складових "нерухоме майно" та "об'єкт нерухомого майна".

Вищевикладене зумовило відокремлення таких завдань статті: уточнити зміст поняття "ринок нерухомого майна" та його складових понять "нерухоме майно" (нерухомість), "об'єкт нерухомого майна"; розкрити специфічні риси нерухомості як економічного блага; обґрунтувати сутність ринку нерухомого майна та його складових понять як об'єктів статистичного дослідження, а також уточнити напрями статистичного дослідження ринку нерухомого майна та його основних складових.

Статистичне дослідження ринку нерухомого майна необхідно починати з вивчення та визначення економічної природи нерухомості як особливого блага. Це дозволить, з одного боку, з'ясувати об'єктивні властивості нерухомості, які забезпечують її входження в економічні відносини, а з іншого – визначити її особливості як економічного блага, з тим щоб проаналізувати специфіку формування ринку нерухомості як складової частини ринкових відносин в цілому.

У сучасному вітчизняному законодавстві відсутнє чітке визначення терміну "нерухомість". Це пов'язано, в першу чергу, з невизначеністю щодо включення землі до складу нерухомого майна. Так, вперше уявлення про нерухомість, й відповідно про ринок нерухомості, було сформовано в 1992 р. у Законі України "Про приватизацію державного житлового фонду". Згідно з цим законом об'єкти приватизації (квартири багатоквартирних будинків, одноквартирні будинки, кімнати у квартирах та одноквартирних будинках, де мешкають два і більше наймачів, які використовуються громадянами на умовах найму) та громадяни країни приймають участь у формуванні ринкових відносин [2].

Цивільний Кодекс України (стаття 181) та Закон України "Про іпотеку" дають наступне визначення об'єкта нерухомості: "до нерухомих речей (нерухоме майно, нерухомість) належать земельні ділянки, а також об'єкти, розташовані на земельній ділянці, переміщення яких є неможливим без їх знецінення та зміни їх призначення. Режим нерухомих речей може бути поширений законом на повітряні та морські судна, судна внутрішнього плавання, космічні об'єкти, а також інші речі, права на які підлягають державній реєстрації" [1; 3].

Відповідно до Закону України "Про податок з доходів фізичних осіб" нерухоме майно (нерухомість) – об'єкти майна, які розташовуються на землі і не можуть бути переміщені в інше місце без втрати їх якісних або функціональних характеристик (властивостей), а також земля [6]. Згідно зі статтею 2 Закону України "Про державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обмежень" об'єкт нерухомого майна (нерухоме майно, нерухомість) – це земельні ділянки, а також об'єкти розташовані на земельній ділянці (будівлі, споруди тощо), переміщення яких є неможливим без їх знецінення та зміни їх призначення [4]. Виходячи з цих визначень, об'єкти нерухомості можна поділити на природні об'єкти (земельні ділянки, ліси і багаторічні насадження, посіви, окремо розташовані на них водойми та ділянки надр) та штучні об'єкти/ споруди (комерційна нерухомість – офіси, бізнес центри, торгові центри, магазини, готелі, будівлі і споруди, складські приміщення, логістична нерухомість, цілісні майнові комплекси; житлова нерухомість – квартири, апартаменти, котеджі, будинки; громадські будівлі й споруди; інженерні споруди; а також кораблі і судна, відділення яких від землі не можливо без не нанесенням їм істотного збитку).

Відповідно до Закону України "Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні", нерухомість являє собою майно – об'єкти в матеріальній формі, будівлі та споруди (включаючи їх невід'ємні частини), машини, обладнання, транспортні засоби тощо; паї, цінні папери; нематеріальні активи, в тому числі об'єкти права інтелектуальної власності; цілісні майнові комплекси всіх форм власності [5].

Отже, згідно законодавчої бази поняття "нерухомість" узагальнене і має фізичну властивість, в той час як поняття "об'єкт нерухомості" більш конкретне, де об'єкт нерухомості існує у єдності фізичних, правових, економічних і соціальних властивостей.

На сьогодні ще немає однозначного трактування поняття "нерухомість" в працях як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. У Фінансово-економічному словнику за редакцією Загородній А.Г. та Вознюк Г.Л. нерухомість визначається як земельні та інші природні угіддя, що належать фізичній або юридичній особі, а також будь-яке майно, розміщене на землі, пов'язане з нею (будівлі, споруди тощо). Переміщення нерухомого майна без його пошкодження неможливе або обмежене [15].

Г.С. Харрісон ідентифікує об'єкт нерухомості із земельною ділянкою, поліпшенням та особистим майном. Загалом, в теорії та практиці оцінки в США розрізняють поняття нерухомості як фізичного об'єкта (Real Estate) та правових відносин, пов'язаних з нерухомістю (Real Property) [13]. Дж.Фрідман і Н.Ордуей стверджують, що нерухомість це земля й усе, що постійно закріплено на ній [16]. М.А. Афанасова визначає нерухомість як земельні ділянки, будівлі та споруди, які зв'язані з землею так, що не можуть бути відділені від неї без істотного збитку, а під об'єктами нерухомості слід розуміти будь-який товар, який зв'язаний з ділянкою, його переміщення неможливе без втрат його споживної вартості (корисності) [9]; Д.В. Виноградов поняття "нерухомість" отожднює з його структурою, а саме з його фізичною сутністю (річ) та юридичною сутністю (право) [11]; О.М. Іванова дає визначення нерухомості як специфічного товару, який перебуває в обігу в інвестиційній сфері та вирізняється своїми економічними та фізичними характеристиками [14]. І.М. Геллер розрізняє поняття "нерухомість", під яким розуміють земельну ділянку і всі міцно пов'язані із землею об'єкти та/або частини таких об'єктів, переміщення яких без заподіяння ним шкоди неможливе або обмежене, та "об'єкт нерухомості" – юридично відособлена частина нерухомості, що складається з однієї земельної ділянки і всіх міцно пов'язаних з нею об'єктів і/або частин таких об'єктів, яких без заподіяння ним шкоди неможливе або обмежене [12].

Враховуючи наведені вище визначення, на наш думку, нерухоме майно можна трактувати як земельну ділянку, що має юридично закріплені межі її розташування, включаючи фізичні та природні особливості об'єктів розташованих на ній та під ній, із встановленим правом власності на них та переміщення яких без втрати їх вартості та призначення обмежене або неможливе.

Поняття "нерухомість" дозволяє визначитися із сутністю більш складного поняття як "ринок нерухомості". В літературі є різні підходи до визначення поняття та сутності ринку нерухомості. У фінансово-економічному словнику ринок нерухомості – система фінансово-економічних відносин, що виникають під час операцій з об'єктами нерухомості, у межах якої формується попит, пропозиція та ціни на об'єкти нерухомості [15].

Дж. Фрідман і Н. Ордуей визначають ринок нерухомості як певний набір механізмів, за допомогою яких передаються права на власність і пов'язані з нею інтереси, установлюються ціни і розподіляється простір між

різними конкуруючими варіантами землекористування [17]. Г. С. Харрісон характеризує ринок нерухомості як діяльність цього ринку [13]. Отже, в цих визначеннях ринок нерухомості характеризується як процес купівлі-продажу товару та прав на нього. С.В. Грибовський також акцентує увагу на тому, що ринок нерухомості слід розглядати як систему відносин, за допомогою яких через динаміку сил попиту та пропозиції у визначеному "місці" здійснюється передача прав на власність і пов'язаних з нею інтересів від продавця до покупця безпосередньо чи через інститут посередництва, визначаються ціни і розподіляється виробництво між різними конкуруючими варіантами використання об'єктів нерухомості в межах замкнутого територіального утворення [13].

А. Мендрул, Ф. Пузир, І. Галкин, С.Скринько визначають ринок нерухомості як сферу вкладення капіталу в об'єкти нерухомості і систему економічних відносин, які виникають при операціях з нерухомістю [16]. І.Т. Балабанов вважає, що ринок нерухомості являє собою сферу вкладання капіталу в об'єкти нерухомості та систему відносин, що виникають при операціях з нерухомістю [10]. Ці визначення свідчать, що ринок нерухомості може розглядатися як складова фінансового ринку або ринку капіталу.

М.А. Афанасова розглядає ринок нерухомості як сукупність потенційних та існуючих покупців нерухомості [9]. І.М. Геллер узагальнює поняття "ринку нерухомості" до взаємодії продавців і покупців об'єктів нерухомості і послуг, пов'язаних з такою взаємодією або цими об'єктами [12].

Г.М. Стерник дає визначення ринку нерухомості як сектор національної ринкової економіки, який являє собою сукупність об'єктів нерухомості, економічних суб'єктів, що оперують на ринку, процесів функціонування ринку, тобто процесів виробництва (створення), споживання (використання), обміну об'єктів нерухомості та управління ринком, і механізмів, що забезпечують функціонування ринку (інфраструктури ринку). За В.Д. Виноградовим ринок нерухомості – система правових, економічних, організаційних та культурних відносин між суб'єктами ринку нерухомості з приводу створення, формування, розподілу, обміну, споживання корисних властивостей, а також прав та зобов'язань, що впливають із володіння об'єктів нерухомості. На нашу думку, ці два визначення ринку є найбільш повним та взаємодоповнюють один одного [11].

Виходячи з визначень, запропонованих відомими вітчизняними та зарубіжними економістами, можна дати наступне визначення ринку нерухомості: ринок нерухомості – це сукупність економіко-правових взаємовідносин суб'єктів ринку щодо об'єктів нерухомості, з урахуванням основних процесів функціонування ринку.

Можна також зазначити, що існує взаємозалежність між функціонуванням ринку нерухомості та іншими видами ринків, а саме: ринком фінансів, фондовим ринком, ринком страхування, ремонтно-будівельних послуг, консалтинговим та рекламним ринком, ринком товарів, землі та іншими ринками.

Як і будь-який інший ринок, ринок нерухомості характеризується попитом, пропозицією, ціною, наявністю системи менеджменту та маркетингу, інфраструктурою та ринковими операціями.

Нерухомість, як предмет операцій на ринку нерухомості, має ринкову ціну, а отже, залежно від операції з нею характеризується певною вартістю. В умовах ринкової економіки ціна формується під впливом різноманітних факторів та механізмів, а отже набуває форму ринкової вартості.

В оціночній діяльності під ринковою вартістю або "вартістю в обмін" розуміють вартість, за яку можливе відчуження об'єкта оцінки на ринку подібного майна на дату оцінки за угодою, укладеною між покупцем та продавцем, після проведення відповідного маркетингу за умови, що кожна із сторін діяла із знанням справи, розсудливо і без примусу [7]. Отже, ринкова вартість є об'єктивною та відображає взаємовідносини покупця та продавця в реальних економічних умовах ринку.

Серед інших видів вартості об'єкта нерухомості виділяють [7; 11]:

- ліквідаційну вартість – очікувана вартість об'єкта нерухомості за умови його ліквідації, знецінення в наслідок втрати своїх первісних функцій, продажу в строк менший за строк експозиції;

- відновна вартість, яка визначається в поточних цінах як нового зносу відносно дати оцінки на підставі вартості заміщення;

- вартість заміщення визначається на дату оцінки поточної вартості витрат на створення (придбання) нового об'єкта, подібного до об'єкта оцінки, який може бути йому рівноцінною заміною;

- вартість у користуванні або "споживну вартість", яка характеризує вартість об'єкта нерухомості з точки зору власника та базується на доходності, корисності та вигідності від використання нерухомості;

- інвестиційну вартість, яка відображає суб'єктивний взаємозв'язок між інвестором та об'єктом інвестування (нерухомістю), виражений у очікуваній доходності та ставки капіталізації об'єкту нерухомості;

- страхова вартість являє собою вартість заміщення або ринкову вартість майна, визначені відповідно до умов договору страхування;

- оподаткована вартість визначається з метою розрахунку податкової бази та розраховується відповідно до положень діючих нормативно-правових актів.

Фактором формування вартості об'єкту на будь-якому ринку є взаємодія попиту та пропозиції. Попит на ринку нерухомості можна визначити як кількість об'єктів нерухомості та прав на них, які покупець бажає придбати за сформованою ціною за певний проміжок часу. Відповідно під пропозицією на ринку нерухомості слід розуміти кількість об'єктів нерухомості, яку власник бажає продати за певну ціну та проміжок часу.

Попит на нерухомість формується під впливом багатьох факторів, які обумовлені економічними, соціальними, політичними та адміністративними чинниками, а також природно-кліматичним середовищем та довкіллям, що формують попит на нерухомість. Попит на нерухомість також формується за регіонами, районами та містами та може змінюватися в залежності від їх соціально-економічного стану та коливань сезонної активності.

Пропозиція на ринку нерухомості може бути сформована двома видами нерухомості – нерухомістю, що вже існує на певний час та новою нерухомістю, яка буде збудована. Залежно від співвідношення зазначених факторів відбувається зміна пропозиції в часі та географічному напрямку.

Відображенням кон'юнктури на ринку нерухомості, тобто співвідношення попиту та пропозиції, є вартість на нерухоме майно, яка виражається його ціною. Так, за умов великої пропозиції, коли ринок перенасичений існуючою та новою нерухомістю і відповідно характеризується низькою ціною, попит невеликий, що характеризує ринок покупця. За такої ринкової ситуації попит має низьку еластичність за ціною, джерелом якої є відсутність взаємозамінності різних видів нерухомості. Ринок продавця має місце за умов зростання попиту на нову нерухомість й відповідно ціни, в результаті з'явля-

ється надлишок будівельних потужностей і скороченням будівельної діяльності. В даному випадку пропозиція характеризується низькою еластичністю за ціною як наслідок тривалості процесу будівництва. В результаті низької еластичності попиту та пропозиції ускладнюється процес їх взаємоприспосовування та встановлення ринкової рівноваги на ринку нерухомості.

Ринок нерухомості, як специфічний сектор економіки і будь-який ринок, характеризується рядом особливостей, що пов'язані з ознаками самої нерухомості, а саме:

- фізичними властивостями об'єкта нерухомості: стаціонарністю або нерухомістю; унікальністю та неповторністю; обмеженістю земельних ресурсів; тривалістю створення та довговічністю використання;

- економічними властивостями об'єкта нерухомості: як економічне благо (предмет споживання; фактор виробництва; інвестиційний актив); як товар (складність структури об'єктів у поєднанні їх фізичних та юридичних властивостей; складність ринкових процесів; низька ліквідність); як фінансового активу (складність управління портфелем нерухомості, що пов'язано з неоднорідністю об'єктів; альтернативний вибір при вкладенні портфельних інвестицій, у результаті слабкої залежності доходності об'єкта нерухомості від доходності інших активів; високий рівень гарантій щодо збереження інвестицій порівняно з іншими видами фінансових активів; наявність управлінських компаній при отриманні прибутку; низька ліквідність і як наслідок менша схильність до інфляційного знецінення; високі трансакційні витрати);

- юридичною сутністю об'єктів нерухомості: право власності, користування, володіння та розпорядження нерухомістю.

До узагальнюючих характеристик ринку нерухомості в наслідок особливостей об'єкта можна віднести:

- локальний характер ринку, оскільки його об'єкти нерухомі (пов'язані з певним місцезнаходженням) та піддаються впливу зовнішнього середовища;

- неоднорідність або сегментованість ринку, оскільки кожен з учасників ринку має різні потреби та ресурси;

- високий ступінь державного регулювання ринку через законодавчі норми та зонування територій;

- високий рівень доходності регіональних та місцевих бюджетів від первинного продажу, оренди державної та муніципальної власності;

- особливість оподаткування та як наслідок наповненість бюджету від податку на нерухомість та операцій з нею;

- незбалансованість попиту та пропозиції на ринку нерухомості, де регулятором виступає ціна на нерухомість;

- перерозподіл інвестицій між конкуруючими видами об'єктів нерухомості та способами використання земельної ділянки;

- недосконала конкуренція та низька ефективність;

- недосконалість ринку, що має прояв у: невідповідності ринкової інформації щодо попиту та пропозиції на ринку та складності в її отриманні учасниками ринку; неоднорідності товару, що має прояв у складності та різноманітності прав на нерухомість у сукупності з її фізичними властивостями; формування цін в результаті взаємодії обмеженої кількості продавців та покупців; високі трансакційні витрати порівняно з вартістю товару;

- наявність ефективного та фахового обслуговування від якого залежить рівень доходності.

За допомогою ринкового механізму і державного регулювання ринок нерухомості забезпечує:

- створення нових об'єктів нерухомості;

- передачу прав на нерухомість;

- установлення рівноважних цін на об'єкти нерухомості;
- експлуатацію (управління) об'єкта нерухомості;
- розподіл простору між конкуруючими варіантами землекористування;
- інвестування в нерухомість [8].

Слід також зауважити, що вітчизняний ринок нерухомого майна значно відрізняється від ринків нерухомого майна більшості країн з розвинутою ринковою економікою, а також має ряд специфічних особливостей, які пов'язані низкою властивостей становлення ринкових відносин, а саме:

- відсутність гарантій з боку держави щодо захисту майнових прав та підтримки іпотечного кредитування;
- складність та відсутність прозорості в механізмі регулювання ринкових відносин між суб'єктами ринку;
- наявність слабкої та невідповідної систематизації інформації щодо даних за операціями на ринку нерухомості та операторів ринку;
- участь держави в ринкових відносинах як власника нерухомого майна;
- нерозвиненість легального ринку землі;
- біржова торгівля житлом;
- бурхливість цінової динаміки ринку нерухомості, як результату макроекономічної нестабільності, наявності процесів приватизації нерухомості та перерозподілу власності.

Ринок нерухомості характеризується сукупністю окремих складових та елементів, пов'язаних між собою певним чином. Складові ринку нерухомості є – ринки об'єктів та суб'єктів, процеси функціонування ринку та його інфраструктура. Зазначені складові ринку дозволяють сформувати уявлення про всіх учасників процесу, об'єкти і оцінити вплив інфраструктури ринку на процеси функціонування як з боку державних органів, так і за рахунок змін зовнішнього економічного середовища.

Слід зазначити, що виділені складові ринку можна також піддати подальшій структуризації. Таким чином кожна складова буде являти собою сукупність об'єктів купівлі-продажу, що мають певну загальну характеристику, яка вирізняє їх серед інших об'єктів.

Статистичне дослідження ринку нерухомого майна має вирішувати ряд завдань соціально-економічного характеру, а саме:

- організаційне забезпечення статистичного спостереження розвитку ринку нерухомості;
- формування інформаційної бази для статистичного аналізу умов функціонування ринку нерухомості, стану, структури та динаміки ринку, а також контролю якості вихідної інформації як джерела для прийняття ефективних управлінських рішень;
- розроблення класифікації і групувань для забезпечення порівняльного аналізу діяльності на ринку за окремими елементами системи;
- визначення системи показників дослідження процесів на ринку нерухомості;
- розроблення методик аналізу тенденцій розвитку і взаємозв'язків ринку, прогнозування відповідних процесів, потрібних для оцінювання якісних і кількісних змін на ринку нерухомого майна;
- моделювання основних тенденцій розвитку ринку з метою розроблення ефективних управлінських рішень щодо подальшого розвитку цього сектору економіки;
- оцінка можливостей впливу операцій на ринку нерухомості на соціально-економічний розвиток країни та її регіонів.

Вирішення зазначених завдань повинно сприяти ефективному управлінню процесами, що відбуваються на ринку нерухомості як на рівні держави, так й на рівні

його складових і проводитися за відповідною системою у декілька етапів:

1. Організаційний етап: обґрунтування мети виходячи із завдань статистичного дослідження, об'єкту, одиниці спостереження, розроблення плану та виділення інструментарію статистичного дослідження.

2. Методологічний етап: включає в себе визначення ознакового простору, формування системи статистичних показників, вибір методу побудови інтегрального показника.

3. Аналітичний етап: вивчення наявної інформаційної бази, наповнення сформованої системи показників, аналіз рівня інформаційного забезпечення статистичного аналізу стану та розвитку ринку нерухомості, розроблення нових або вдосконалення існуючих методик статистичного аналізу із врахуванням специфіки ринку.

4. Прогнозний етап: багатовимірне групування регіонів за рівнем розвитку ринку нерухомості за допомогою кластерного аналізу, оцінка стану, структури та взаємозв'язку рівня регіонального розвитку ринку нерухомості та стану регіонів, планування або прогнозування обсягів регіональних ринків нерухомості на основі інтегральної оцінки розвитку ринку.

5. Представлення результатів дослідження: подання достовірної науково-обґрунтованої інформації про стан ринку, діяльність суб'єктів та ефективність прийняття управлінських рішень зовнішнім та внутрішнім користувачам статистичної інформації.

На процес прийняття управлінських рішень впливає велика кількість факторів макросередовища та мікросередовища, що вимагає збирання та аналізу великої кількості інформації. Тому важливими питаннями є удосконалення механізму збору, обробки та інтерпретації ринкової інформації як фактора підвищення ефективності управління нерухомістю та прийняття економічних рішень.

Таким чином, існування проблем термінологічного визначення основних понять в наявних літературних джерелах та законодавчих й нормативних документах, вимагає єдиного підходу до розуміння та трактування понять "ринок нерухомого майна", "нерухоме майно", "об'єкт нерухомого майна". Теоретичне обґрунтування суті ринку нерухомого майна та його основних понять як економічних категорій дозволяє вважати їх об'єктами статистичного дослідження, які являють собою складні системи, що розвиваються. В свою чергу, статистичне дослідження ринку нерухомості повинно базуватись на вирішенні ряду завдань як економічного, так й соціального характеру та являти собою систему.

1. Цивільний Кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua>. – Назва з титульного екрана.
2. Закон України "Про приватизацію державного житлового фонду" від 19.06.1992 № 2482-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
3. Закон України "Про іпотеку" від 05.06.2003 № 898-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
4. Закон України "Про державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обмежень" від 01.07.2004 № 1952-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
5. Закон України "Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні" 12.07.2001 № 2658-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
6. Закон України "Про податок з доходів фізичних осіб" від 22.05.2003 № 889-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua>. – Назва з титульного екрана.
7. Національний стандарт №1 "Загальні засади оцінки майна і майнових прав" від 10.09.2003 № 1440 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
8. Асаул А.М. Економіка нерухомості: Підручник / А.М. Асаул, І.А. Брижань, В.Я. Чевганова. – К.: "Лібра", 2004. – 304 с.
9. Афанасова М.А. Економіка нерухомості: Учебное пособие / М.А. Афанасова. – Томск: Томский межвузовский центр дистанционного образования, 1999. – 45 с.
10. Базилевич В.Д. Іпотечний ринок / В.Д. Базилевич, Н.П. Погорельцева. – К.: Знання, 2008. – 717 с.
11. Балабанов І.Т. Економіка нерухомості / І.Т. Балабанов // – СПб.: Питер, 2000. – 208 с.
12. Виноградов Д.В. Економіка нерухомості: Учебное пособие / Д.В. Виноградов. – Вла-

димир: Владим. Гос. Ун-т., 2007. — 136 с. 13. Геллер І.М. Статистика ринку житла: Навч. посібник / І.М. Геллер — К., 2000. — 192 с. 14. Загородній А.Г. Фінансово-економічний словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк — К.: Знання, 2007. — 1072 с. 15. Оценка стоимости недвижимости. / [Грибовский С.В., Иванова Е.Н., Львов Д.С., Медведева О.Е.]. — М.: ИНТЕРРЕКЛАМ, 2003. — 704 с. 16. Стерник Г.М. Системный подход к анализу рынка недвижимости [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://realtymarket.ru/metodi-eskie-materiali/SISTEMNII-PODHO-K-ANALIZU-RINKA-NEDVIJIMOSTI-Sternik-G.M..html> — Назва з екрана. 17. Учебное пособие для подготовки к сдаче квалификационного экзамена по экспертной оценке имущества, недвижимости, имущественных

и неимущественных прав, бизнеса, техники и оборудования (категории А,В,С) / [Мендруп А., Пузий Ф., Галкин И., Скринько С. и др.] — К: Консалтинговая фирма "Эксперт-Л", 2000. — 323 с. 18. Фридман Дж. Анализ и оценка приносящей доход недвижимости. / Дж. Фридман, Н. Ордуй; [Пер. с англ.] — М.: Дело Лтд, 1997. — 462 с. 19. Харрисон Г.С. Оценка недвижимости: Учеб. пособие / Г.С. Харрисон; пер. с англ. И. Артеменков. — М.: Мособлупрополиграфиздат, 1994. — 231 с. 20. Чубук Л.П. Основні чинники формування ринку нерухомого майна / Л.П. Чубук // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. — 2002. — № 63. — С. 49-50.

Надійшла до редколегії 22.02.11

УДК 330.52 : 336

Я. Овсянникова, асп.

ФОРМИ УЧАСТІ ДЕРЖАВИ У ПРОЕКТНОМУ ФІНАНСУВАННІ НА ОСНОВІ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Розглянуто сутність, особливості та моделі державно-приватного партнерства, обґрунтовано необхідність розвитку та впровадження державно-приватного партнерства у вітчизняну економіку на основі аналізу зарубіжного досвіду.

Ключові слова: державно-приватне партнерство, моделі державно-приватного партнерства, концесійна угода, ефективність проекту.

Рассмотрено сущность, особенности и модели государственно-частного партнерства, обосновано необходимость развития и внедрения государственно-частного партнерства в отечественную экономику на основе международного опыта.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, модели государственно-частного партнерства, концессионное соглашение, эффективность проекта.

The article describes the nature, characteristics and models of public-private partnership, proves the necessity of development and implementation of public-private partnership in the domestic economy on the basis of analysis of foreign experience.

Keywords: public-private partnership model of public-private partnership, concession agreement, the effectiveness of the project.

Розвиток інфраструктури є, з одного боку, тактичним антикризовим заходом, з іншого — стратегічним заходом, що забезпечує довгострокове економічне зростання. Перед урядом стоїть постійно зростаюча потреба знайти достатнє фінансування, щоб розвивати і підтримувати інфраструктуру, необхідну для підтримки зростаючого населення. При цьому спостерігається неефективне використання державної власності та незадовільна якість послуг, які надаються громадянам та бізнесу. У поєднанні з більшістю обмежених фінансових можливостей уряду, цей тиск загострює бажання мобілізації капіталу приватного сектора для інвестицій в інфраструктуру. З метою подолання таких проблем в економіці ряду розвинених, а в останні десятиліття і країн, що розвиваються, активно використовується особлива форма взаємодії бізнесу і влади. Мова йде про партнерство держави і приватного сектора, що позначається звичайно терміном Public-Private Partnership. У вітчизняній літературі прийнятий термін "державно-приватне партнерство" (ДПП).

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчив, що велику увагу проблемам і перспективам становлення державно-приватного співробітництва приділяли Йескомб Э. Р., Гатті С., Базилевич В.Д., Корольова Е.Б., Єфімова Л.І., Мазур І.І., Варналій З.С., Михеев В.А., Манжикова В.Є. У цих працях активно досліджувалися форми державно-приватної співпраці, яка розглядається багатьма авторами як "нова технологія розвитку економіки". Проте зміст, економічна сутність та основні риси державно-приватного співробітництва досліджені поки що недостатньо.

Метою статті є обґрунтування доцільності застосування форм участі держави у проектному фінансуванні на основі розвитку державно-приватного партнерства як універсального та ефективного інструменту для вирішення окремих економічних проблем України. Досягнення поставленої мети сприятиме вирішенню таких завдань:

- визначення специфіки та економічної сутності державно-приватного партнерства при реалізації проектних рішень;

- описати основні моделі державно-приватного партнерства у процесі акумулювання капіталу шляхом інтеграції зусиль учасників, зацікавлених у реалізації проекту;

- відображення масштабності інвестиційних проектів, реалізованих методом державно-приватного партнерства, що робить його комплексною операцією міжнародного рівня.

Термін "державно-приватного партнерства" описує спектр відносин, які можуть виникнути між державою та приватними організаціями в контексті надання соціальних послуг. ДПП являє собою інституційний та організаційний альянс державної влади і приватного бізнесу з метою реалізації суспільно значимих проектів у широкому спектрі сфер діяльності — від розвитку стратегічно важливих галузей економіки до надання громадських послуг в масштабах всієї країни або окремих територій [1, с.2-3]. Бурхливий розвиток різноманітних форм ДПП у всіх регіонах світу, їх широке поширення в найрізноманітніших галузях економіки дозволяють трактувати цю форму взаємодії держави та бізнесу як характерну рису сучасної змішаної економіки. Особливе розповсюдження державно-приватне партнерство отримало в традиційних сферах державної відповідальності — інфраструктурі, соціальній сфері, обороні. Нова хвиля розповсюдження цього виду партнерства виникла і набула широкої популярності в 90-і роки XX ст. у Великобританії, де процеси приватизації проходили особливо активно і не досить успішно.

Економічна сутність державно-приватного співробітництва проявляється в різних аспектах [6; 2, с.51-52].

По-перше, державно-приватне співробітництво як засіб залучення приватного сектору до діяльності щодо надання суспільних послуг у сфері транспорту, міського господарства, освіти, охорони здоров'я тощо. Приватний капітал забезпечує підприємницьку ініціативу, управління комерційними ризиками, економію витрат і більш короткі строки реалізації проекту. Державний сектор забезпечує узгодження публічних інтересів, надає довгострокові гарантії встановлення справедливих тарифів, у випадку,

якщо вони є регульованими, забезпечує управління ризиками, що пов'язані з соціально-економічним розвитком, а також встановлює стандарти на якість послуг і здійснює контроль. У цьому аспекті актуальним є використання потенціалу механізмів державно-приватного співробітництва для пріоритетних національних проектів, перш за все соціального спрямування.

По-друге, державно-приватне партнерство виступає частиною заходів державного регулювання з метою реалізації промислової політики, стимулювання інноваційної активності, залучення інвестицій у розвиток інфраструктури і соціальну сферу.

По-третє, державно-приватне співробітництво є інструментом залучення приватної ініціативи та інвестицій при збереженні державного контролю над активами, такими як надра, об'єкти інфраструктури, підприємства, що мають особливе державне значення тощо. В цьому сенсі державно-приватне співробітництво є альтернативою як державному підприємству у формі казенних підприємств, унітарних підприємств, акціонерних товариств зі 100%-ним державним капіталом, так і повній передачі відповідної господарської діяльності в приватний сектор. Використання державно-приватного співробітництва в цьому аспекті дозволяє подолати такі негативні явища як недостатня якість управління державною власністю, недостатній обсяг інвестиційних ресурсів, відсутність інноваційних технологій, низька економічна ефективність і податкова дисципліна. Позитивним для держави є те, що приватні інвестиції спрямовуються для створення, покращення і ефективного використання державного майна, що не включено у вільний господарський обіг, але важливого для економіки держав життєдіяльності громадян.

По-четверте, для державно-приватного співробітництва притаманний етико-економічний аспект. ДПП є частиною інституціональної інфраструктури, яка надає додаткову можливість гармонізувати приватно-підприємницькі і суспільні інтереси в економіці. Сутність

взаємодії у межах державно-приватного партнерства полягає в узгодженні інтересів, яке можна досягти лише на засадах паритетності і справедливості при прийнятті економічних рішень.

Проекти ДПП представляють собою не просте вкладання ресурсів, а зовсім особливу конфігурацію інтересів і відповідних прав партнерів. По-перше, держава як одна зі сторін партнерства виступає в ролі носія суспільно значущих інтересів і цілей, причому виконує не тільки цілеспрямовану, але і контрольну функції. По-друге, виступаючи в ролі учасника господарського обороту, воно зацікавлене як в ефективності загальних результатів проекту ДПП, так і у забезпеченні власного комерційного ефекту. Нарешті, приватний партнер, як кожен нормальний підприємець, має на меті максимізації прибутку. Тому в сегменті комерційних (на відміну від сегмента реалізованих державою громадських) інтересів між партнерами цілком доречний і навіть необхідний торг про можливий розподіл ризиків, що виникають, про характер делегованих повноважень та умов їх передачі та використання [5, с.34-35].

Аналіз світового досвіду в реалізації проектів із застосуванням механізмів ДПП дозволяє виділити базові моделі (форми) партнерства з притаманним кожній з них специфічним співвідношенням форм організації, фінансування та кооперації (табл. 1).

Вибір моделі ДПП здійснюється в залежності від того, в яких сферах реалізується угоду. Якщо розглядати світовий досвід реалізації партнерських проектів, то можна констатувати, що в конкретних галузях певні моделі мають найбільшу ефективність.

Моделі і структура ДПП різноманітні, але при цьому існують деякі характерні риси, що дозволяють виділити партнерство в самостійну економічну категорію. Воно виникає як формалізована кооперація державних і приватних структур, спеціально створена для досягнення тих чи інших цілей і що спирається на відповідні домовленості сторін.

Таблиця 1. Основні моделі державно-приватного партнерства

Модель	Сфера застосування	Власність	Управління	Фінансування
Модель контракту	Надання громадських послуг, поставка продукції для державних потреб	Приватна/ державна	Приватне	Приватне
Модель лізингу	Оренда приватним сектором державних споруд, виробничого обладнання	Державна	Приватне / державне	Приватне/ державне
Модель угоди про розподіл продукції	Розвідка, видобуток сировини за рахунок приватних засобів з наступним розподілом продукції	Державна	Приватне	Приватне
Модель кооперації	Створення спільних ДП підприємств, прийняття рішень з урахуванням внесків кожної сторони	Приватна/ державна	Приватне / державне	Приватне / державне
Модель концесії	Здійснення крупних, капіталомістких проектів	Державна	Приватне / державне	Приватне

Джерело: [2, с.44-45; 5, с.35-37]

Виходячи з досвіду країн з розвинутою ринковою економікою, можна назвати наступні риси ДПП, що відрізняють його проекти від інших форм відносин держави і приватного бізнесу [5, с.32-33; 6]:

- визначені, часто тривалі терміни дії угод про партнерство (від 10 – 15 до 30 і більше років, у разі концесій – до 50 років). Проекти зазвичай створюються під конкретний об'єкт, який повинен бути завершений до встановленого строку;

- специфічні форми фінансування проектів: за рахунок приватних інвестицій, доповнених державними фінансовими ресурсами, або ж спільне інвестування кількох учасників;

- обов'язкова наявність конкурентного середовища, коли за кожен контракт або концесію відбувається боротьба між кількома потенційними учасниками;

- специфічні форми розподілу відповідальності між партнерами: держава встановлює цілі проекту з позицій суспільних інтересів та визначає вартісні та якісні параметри, здійснює моніторинг реалізації проектів, а приватний партнер бере на себе оперативну діяльність на різних стадіях проекту – розробка, фінансування, будівництво та експлуатація, управління, практична реалізація послуг споживачам;

- розподіл ризиків між учасниками угоди на основі відповідних домовленостей сторін.

Зрозуміло, обидві сторони партнерства зацікавлені в успішному здійсненні проектів в цілому. Проекти ДПП

полегшують вихід на світові ринки капіталів, стимулюють залучення іноземних інвестицій в реальний сектор економіки. Особливе значення ДПП має для економіки регіонів, де на його основі розвиваються місцеві ринки капіталу, товарів і послуг.

Кожен партнер вносить свій внесок у загальний проєкт. Так, бізнес забезпечує фінансові ресурси, професійний досвід, ефективне управління, гнучкість і оперативність у прийнятті рішень, здатність до новаторства. При цьому зазвичай впроваджуються більш ефективні методи роботи, удосконалюються техніка і технології, виникають нові форми організації виробництва, створюються нові підприємства, в тому числі з іноземним капіталом, налагоджуються ефективні коопераційні зв'язки з постачальниками і підрядниками. На ринку праці, як правило, підвищується попит на висококваліфікованих та добре оплачуваних працівників.

Зі свого боку держава забезпечує права власника, можливість надання податкових та інших пільг, гарантій, а також матеріальних і фінансових ресурсів. У ДПП держава отримує можливість зайнятися виконанням своїх основних функцій – контролем, регулюванням, дотриманням громадських інтересів. Так, у міру розвитку ДПП у сфері інфраструктури держава може поступово змішувати акценти в своїй діяльності з конкретних проблем будівництва і об'єктів експлуатації на адміністративно-контрольні функції. Неминучі підприємницькі ризики при цьому перерозподіляються в бік бізнесу. Громадська ж значимість ДПП полягає в тому, що в підсумку виграє суспільство як споживач більш якісних послуг [4].

Найважливішим аспектом ДПП є практичний розподіл численних ризиків між сторонами партнерства, які неминуче виникають в процесі спорудження й експлуатації об'єктів. Євростат офіційно виділяє наступні ризики, що приймаються в розрахунок при відображенні на балансах партнерів цінностей, що є предметом договорів про партнерство. По-перше, це ризик прострочення поставок або недотримання прийнятих нормативів – так

званий будівельний ризик. Більшу частину таких ризиків несе держава. По-друге, ризик несплати вимог, який, як правило, покладається на приватного партнера. По-третє, ризик недостатності або коливання попиту, на що приватний партнер практично вплинути не може. Цей ризик також несе держава [2, с.43].

Вдалою моделлю ефективного поєднання інтересів публічного та приватного партнерів визнано проєкт з реконструкції найбільшого аеропорту Німеччини у Франкфурті-на-Майні. Проєкт передбачав попередню стадію приватизації – емісію акцій, 29% яких були продані на фондовій біржі (аналог "IPO"). Власниками решти акцій стали земля Гессен (32,1%), місто Франкфурт (20,5%) і держава (18,4%). Сформований таким чином АТ "Фрапорт" навмисно зберегло контроль публічних інвесторів. При цьому АТ є "приватним" акціонером інших німецьких аеропортів, тобто "приватна" сторона партнерств в них представлена структурою з переважно державною участю [5, с.47].

Останнім часом використання державно-приватного партнерства в усьому світі збільшується, особливо частіше цей інструмент стали використовувати країни, що розвиваються (рис.1). Так, річний обсяг ДПП у 2009 році склав 55,5 млрд дол США, у порівнянні з 67,8 млрд дол США в 2008 році, обсяг падіння склав 18%. Але показник падіння обсягів ДПП пояснюється світовою фінансовою кризою, яка тимчасово сповільнила розвиток ДПП у світі. Об'єми ДПП складають 19% від загального обсягу проєктного фінансування в 2009 році. Цей показник впав з 21% у 2008 році та є найнижчим з 2002 року. Західна Європа залишається домінуючим регіоном з ДПП проєктів на суму 17,7 млрд дол США, що є 32% від загального світового обсягу. Великобританія лідирує в цьому регіоні, обсяги складають 8,2 млрд дол США за 52 угоди. Індійським субконтинентом було зроблено 20% від глобального ДПП обсягу, з 20 угодами на суму в 11,1 млрд дол США [7, с.3].

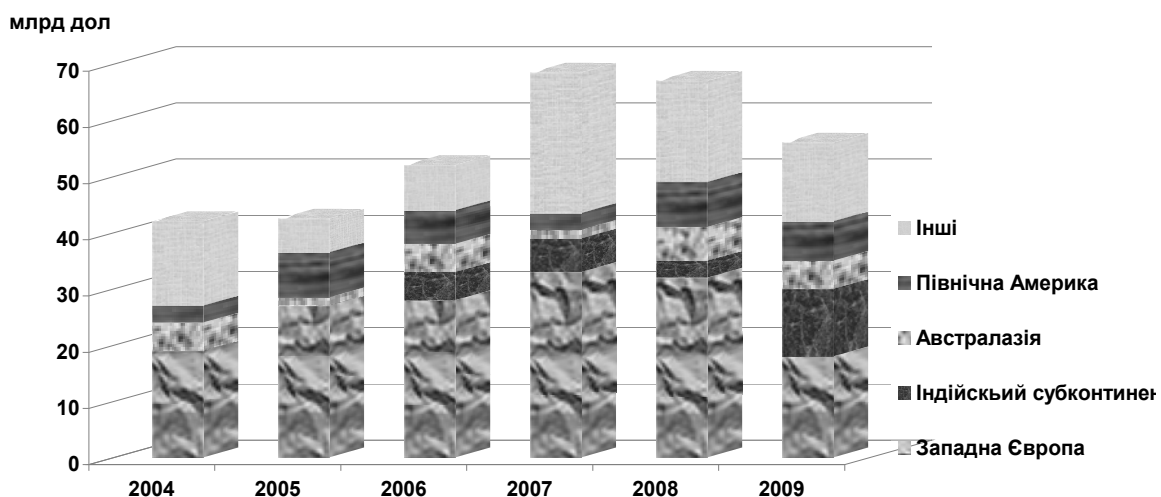


Рис. 1. Обсяги ринку ДПП за регіонами світу протягом 2004-2009 рр

Джерело: складено автором за даними [7]

До секторів, в яких ДПП найбільш поширене у всьому світі, відносять: виробництво і розподіл електроенергії, водопостачання та санітарія, вивезення сміття, будівля лікарень, шкіл і навчальних об'єктів, стадіонів, в'язниць, залізниць, доріг, житла.

Аналізуючи міжнародний досвід з державно-приватного партнерства, можна стверджувати, що най-

більш привабливим та поширеним сектором з ДПП є інфраструктура, а саме: сфера дорожнього будівництва (22,4 млрд дол США, що є 40% від загального світового обсягу ДПП угод). Адаже ця галузь найгостріше потребує приватних інвестицій та найлегша для укладання концесійних угод (табл. 2).

Таблиця 2. Найбільші за обсягами угоди державно-приватного партнерства на світовому ринку проектного фінансування у 2008 році

№	Проект	Обсяг, млн дол США	Країна	Сектор
1	Виробництво стратегічних авіаційних танкерів	5,133	Велика Британія	Оборона
2	Розширення міжнародного аеропорту в Делі	2,250	Індія	Інфраструктура
3	Будівництво дороги в порт	2,170	Португалія	Інфраструктура
4	Швидкісна траса	1,940	Греція	Інфраструктура
5	Реконструкція автотраси в Верджинії	1,937	США	Інфраструктура
6	Високошвидкісне шосе в Техасі	1,378	США	Інфраструктура
7	Рефінансування будівництва дороги Аутема	1,324	Іспанія	Інфраструктура
8	Рефінансування будівництва автотраси А19	1,199	Франція	Інфраструктура
9	Розширення міжнародного аеропорту в Токіо	1,165	Японія	Інфраструктура
10	Будівництво другого підводного тунелю до Амстердаму	867	Нідерланди	Інфраструктура

Джерело: [8, с.5-6]

Відповідно статистиці Світового Банку в 2007 році більше 160 млрд дол США було інвестовано в ДПП проекти з телекомунікацій, енергії, транспорту та водні сектори економіки країн, що розвиваються. Протягом 1994-2007 рр. Україна залучила біля 7 млрд дол США приватних інвестицій в її інфраструктуру. Але це дуже мало в порівнянні з більшістю її сусідами: 36 млрд дол США в Туреччину, 31 млрд дол США в Польщу, 27 млрд дол США в Угорщину, 13 млрд дол США в Румунію та 8 млрд дол США в Болгарію [3].

З прийняттям закону "Про державно-приватне партнерство в Україні" в липні 2010 р. було встановлено єдину державну політику у сфері відносин державно-приватного партнерства та основні принципи його реалізації в Україні. Так держава планує залучити ще 7 млрд дол США. Також на цей закон покладають великі надії щодо вирішення питання необхідності забезпечення належної підготовки транспортної інфраструктури України до проведення чемпіонату з футболу Євро – 2012. Адже нормативно врегулюючи це питання, будуть відкриті двері для приватних інвесторів, які потребують гарантій держави та впевненості у майбутньому.

В Україні є галузі, які можуть стимулювати розвиток економіки, зокрема, це літакобудування, суднобудування, сільське господарство тощо. Разом із тим в нашій країні існують серйозні проблеми у інфраструктурі, енергосекторі, ряді інших галузей. Ефективність управління державним майном є досить низькою. Цю проблему має вирішити запровадження механізмів державно-приватного партнерства, що дозволить реалізувати серйозні інвестиційні проекти.

Дослідження форм участі держави у проектному фінансуванні на основі державно-приватного партнерства як ефективного інструменту для корисного його використання у вітчизняній економіці дало можливість зробити ряд висновків:

1. Державно-приватне партнерство дозволяє об'єднати спільні ресурси держави та бізнесу. Внеском з боку держави є об'єкти інфраструктури, нові сегменти клієнтів, фінансові гарантії, а з боку бізнесу – інвестиції, навички управління, зниження витрат, інноваційні рішення тощо. Запровадження ДПП дозволяє державі вирішити важливі задачі за одночасного скорочення витрат.

При цьому вивільнюються ресурси державного апарату для розробки та запровадження державної політики.

2. Моделі і структура ДПП різноманітні, але при цьому існують деякі характерні риси, що дозволяють виділити партнерство в самостійну економічну категорію. Воно виникає як формалізована кооперація державних і приватних структур, спеціально створена для досягнення тих чи інших цілей і що спирається на відповідні домовленості сторін. Вибір моделі ДПП здійснюється в залежності від того, в яких сферах реалізується угоду. Якщо розглядати світовий досвід реалізації партнерських проектів, то можна констатувати, що в конкретних галузях певні моделі мають найбільшу ефективність.

3. Обсяги світового ринку державно-приватного партнерства дуже великі та мають значний потенціал у майбутньому. Найбільш привабливим та поширеним сектором з ДПП є інфраструктура у сфері дорожнього будівництва. Адже в цій сфері найлегше укласти концесійні угоди та ця галузь найгостріше потребують приватних інвестицій.

Отже, ДПП є першим кроком на шляху вирішення економічних та політичних проблем в Україні. Ці механізми мають змусити владу та бізнес діяти конструктивно й сприяти розвитку країни. Особливої ваги ДПП набуває в умовах обмеженості бюджетного фінансування. У світі накопичено значний позитивний досвід у цій сфері. Зокрема, державно-приватне партнерство передбачає не лише залучення інвестицій, а і співробітництво у сфері медицини, освіти тощо. У перспективі такі форми партнерства мають розвиватися і в Україні.

1. Закон України "Про державно-приватне партнерство в Україні" від 8.12.2008 № 3447. 2. Йескомб Э. Р. Принципы проектного финансирования: пер. с англ./ Под общ.ред. Д.А.Рябых. – М.: Вершина, 2008. – 454 с. 3. Бережна І. Державно-приватне партнерство в Україні: чи можливий альянс влади та капіталу? [Електронний ресурс] // Дейли:ОА, – 21.05.2010. – Режим доступу: www.daily.com.ua/blogs. 4. Дерябіна М. Государственно-частное партнерство: теория и практика [Електронний ресурс]// Экономический портал, – 28.04.2010. – Режим доступу: www.institutions.com 5Khan. M. F. K., Parra R. J., Financing large projects: techniques and practices. Pearson Education: Prentice Hall. – Singapore, 2003. – 672 p. 6. Project Finance in theory and practice. Stefano Gatti. – Elsevier Inc. – London, 2008. 7. Dealogic Global Project Finance Review 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.dealogic.com. 8. Global Infrastructure Finance Review 2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ijonline.com.

Надійшла до редколегії 02.02.11

Наукове видання



ВІСНИК
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ЕКОНОМІКА

Випуск 123

Друкується за авторською редакцією

Оригінал-макет виготовлено Видавничо-поліграфічним центром "Київський університет"

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, власних імен та інших відомостей. Редколегія залишає за собою право скорочувати та редагувати подані матеріали. Рукописи та дискети не повертаються.



Підписано до друку 16.05.11. Формат 60x84^{1/8}. Вид. № Е25. Гарнітура Arial. Папір офсетний.
Друк офсетний. Наклад 300. Ум. друк. арк. 10,0. Обл.-вид. арк. 8,3. Зам. № 211-5687

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
01601, Київ, б-р Т. Шевченка, 14, кімн. 43
☎ (38044) 239 32 22; (38044) 239 31 72; (38044) 239 31 58; факс (38044) 239 31 28
e-mail: vpc_div.chief@univ.kiev.ua
<http://vpc.univ.kiev.ua>