

Досліджуються теоретико-методологічні засади та прикладні аспекти розвитку економічних систем в умовах глобалізації. Аналізуються механізми управління фінансово-господарською діяльністю підприємств та інноваційні фактори його розвитку.

Для наукових працівників, викладачів, аспірантів і студентів.

Исследуются теоретико-методологические принципы и прикладные аспекты развития экономических систем в условиях глобализации. Анализируются механизмы управления финансово-хозяйственной деятельностью предприятий и инновационные факторы его развития.

Для научных сотрудников, преподавателей, аспирантов и студентов.

Theoretical, practical and methodological principles are studied as regards development of economic systems under globalization. Gearing of financial and economic activities of enterprises is examined along with innovative factors of its development.

For researchers, academic workers, postgraduate and undergraduate 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. НАПН 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. Мандибур, д-р екон. наук, проф.; С.В. Наumenкова, 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 07.06.11 (протокол № 11)
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 32 22; факс 239 31 28

ЗМІСТ

Старостіна А., Кравченко В.

Сутність та практичне застосування методики конструювання категоріального апарату економічної науки (на прикладі понять "глобалізація" та "підприємницький ризик")..... 5

Маслов А.

Етапи розвитку теорії інформаційної економіки у другій половині XX – на початку XXI століть 11

Ігнатюк А.

Теоретико-методологічні підходи до дослідження мережевої економіки 16

Чорноус Г., Зубко В.

Інформаційна модель оперативного аналізу продажів компанії 19

Анісімова Л., Балан В.

Моделювання процесу формування та вибору стратегій розвитку підприємства 24

Вітренко А.

Саморегулювання ринку рекламних послуг
як дієвий механізм захисту добросовісної конкуренції 27

Вірченко В., Вірченко В.

Теоретико-економічні засади рейтингової оцінки схильності підприємств до банкрутства 31

Журило В.

Формування споживчих мотивацій на ринках технологічних інновацій: теоретичний аспект 35

Мицюк С.

Вплив інноваційної діяльності на конкурентоспроможність економіки України 39

Вірченко А.

Значення фінансової політики в умовах глобальної фінансово-економічної кризи 42

Филіук В.

Глобалізація, конкуренція і економічна концентрація: діалектика взаємозв'язку 45

Залєвська-Шишак А.

Роль державної власності на етапі реформування економіки України 49

Доліновська О.

Міжнародний кредит: економічна природа, сутність та види 51

Новікова І.

Економічна освіта, як інституційна основа розвитку банківського сектору
в рамках формування ринкового економічного простору в Україні:
досвід історичного минулого 55

СОДЕРЖАНИЕ

Старостина А., Кравченко В.

Сущность и практическое применение методики конструирования категориального аппарата экономической науки (на примере понятий "глобализация" и "предпринимательский риск")..... 5

Маслов А.

Этапы развития теории информационной экономики
во второй половине XX – в начале XXI столетий 11

Игнатюк А.

Теоретико-методологические подходы к исследованию сетевой экономики..... 16

Черноус Г., Зубко В.

Информационная модель оперативного анализа продаж компании 19

Анисимова Л., Балан В.

Моделирование процесса формирования и выбора стратегий развития предприятия 24

Витренко А.

Саморегулирование рынка рекламных услуг как действенный механизм защиты
добросовестной конкуренции..... 27

Вирченко В., Вирченко В.

Теоретико-экономические принципы рейтинговой оценки склонности предприятий к банкротству 31

Журило В.

Формирование потребительских мотиваций на рынках технологических инноваций:
теоретический аспект 35

Мицюк С.

Влияние инновационной деятельности на конкурентоспособность экономики Украины 39

Вирченко А.

Значение финансовой политики в условиях глобального финансово-экономического кризиса 42

Филюк В.

Глобализация, конкуренция и экономическая концентрация: диалектика взаимосвязи 45

Залевская-Шишак А.

Роль государственной собственности на этапе реформирования экономики Украины..... 49

Долиновская О.

Международный кредит: экономическая природа, сущность и виды 51

Новикова И.

Экономическое образование, как институциональная основа развития банковского сектора
в рамках формирования рыночного пространства в Украине: опыт исторического прошлого 55

CONTENTS

Starostina A., Kravchenko V.

Nature and practical application of the economic concepts and categories construction method (globalisation and business risk are used as concept example)	5
---	---

Maslov A.

Stages of development of the theory of information economy in the second half of the 20th – early 21st centuries	11
---	----

Ignatyuk A.

Theoretical-methodological approaches for the network economy research	16
--	----

Chornous G., Zubko V.

Information model for operative analysis of company sales	19
---	----

Anisimova L., Balan V.

Simulation of the formation and selection development strategies of enterprise	24
--	----

Vitrenko A.

Self-regulation of advertising market as an effective mechanism to protect fair competition	27
---	----

Virchenko V., Virchenko V.

Theoretical and economic principles of rating estimation of the enterprises propensity to bankruptcy	31
--	----

Zhurylo V.

Forming of consumer motivations on market of technology innovations: theoretical aspect	35
---	----

Mytsiuk S.

Influence of innovative activity on competitiveness of economy of Ukraine	39
---	----

Virchenko A.

Significance of financial policy under global financial crisis	42
--	----

Filyuk V.

Globalization, competition and economic concentration: dialectics of interrelation	45
--	----

Zalevska-Shyshak A.

A role of public ownership is on the stage of reformation of economy of Ukraine	49
---	----

Dolinovska O.

International credit: economic nature and types of	51
--	----

Novikova I.

Economic Education as an institutional framework for the banking sector in the framework of market-based economic area in Ukraine: a historical past	55
---	----

СУТНІСТЬ ТА ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДИКИ КОНСТРУЮВАННЯ КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ (НА ПРИКЛАДІ ПОНЯТЬ "ГЛОБАЛІЗАЦІЯ" ТА "ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ РИЗИК")

(Стаття підготовлена на основі результатів науково-дослідного проекту
"Комплексний підхід до моделювання та забезпечення економічної безпеки та управління ризиками
в транзитивній економіці", профінансованого Міністерством освіти та науки України)

В статті розкриваються методологічні засади конструювання економічних понять і категорій, пропонується авторський підхід до узагальнення теоретичних точок зору і формулювання категоріального апарату економічної науки (на прикладі понять "глобалізація" і "підприємницький ризик").

Ключові слова: економічні категорії, економічні поняття, методологія економічної науки, глобалізація, підприємницький ризик.

В статье раскрываются методологические принципы конструирования экономических понятий и категорий, предлагается авторский подход к обобщению теоретических точек зрения и формулировке категориального аппарата экономической науки (на примере понятий "глобализация" и "предпринимательский риск").

Ключевые слова: экономические категории, экономические понятия, методология экономической науки, глобализация, предпринимательский риск.

Methodological principles of the economic concepts and categories construction are revealed in the article. Original approach to the generalization of theoretical points and category formulation is described. Globalisation and business risk are used as concept example.

Keywords: economic categories, economic concepts, methodology, globalisation, business risk.

Сучасний стан світової та української економічної науки є доволі суперечливим. З одного боку, важко не помітити її успіхи у вирішенні нагальних проблем суспільного розвитку. Для цього цілком достатньо переглянути перелік наукових досягнень, за які останніми роками була присуджена Нобелівська премія в галузі економіки.

Серед них, наприклад, нова теорія міжнародної торгівлі Пола Кругмана, яка розвинула класичні підходи до аналізу міжнародних економічних відносин, закладені Д. Рікардо, Е. Хекшером та Б. Оліном. Теоретичні розробки П. Кругмана дозволили виявити сучасні чинники розвитку міжнародної торгівлі та тенденції розміщення продуктивних сил в рамках тієї чи іншої країни [1]. Економетричні моделі, які побудовані на основі положень його теорії, використовуються низкою міжнародних організацій, зокрема, Світовим Банком, для аналізу стану справ в сфері міжнародної торгівлі. Іншим прикладом новаторських підходів в економічній теорії є праці Деніела Канемана, який став нобелівським лауреатом в 2002 р. за дослідження мислення та поведінки людей в умовах невизначеності [2]. Фактично він започаткував нову галузь економічної науки, – поведінкову економіку, в рамках якої психологічні методи досліджень поєднуються із використанням теорії ймовірності.

Є успіхи і у вітчизняній економічній науці, в якій сформувалися або завершують формуватися національні школи, представники яких досліджують актуальні проблеми розвитку української та світової економіки. В Україні та закордоном відомі праці вчених Київського національного університету імені Тараса Шевченка, які, разом із своїми учнями та колегами, заклали підвалини школи історії економічної думки (В.Базилевич), школи маркетингових досліджень національних та міжнародних ринків (Старостіна А.О.) тощо. Активно формується національна школа управління ризиками (В. Вітлінський, В.Кравченко, Р. Пікус та інші).

Характерною рисою методології, яка використовується у вищенаведених наукових розробках, є підвищена увага вчених на розбудові категоріального апарату. Логічно вибудована система категорій та понять є, як показує досвід, запорукою формування не лише чіткої та структурованої наукової концепції, але й дозволяє з успіхом займатися її прикладним застосуванням.

З іншого боку, економічна наука у великій кількості випадків не спромоглася надати адекватних теоретичних концепцій та практичних механізмів вирішення достатньо широкого кола сучасних проблем. Одна група факторів є переважно суб'єктивними. Так, слід вважати на самовпевненість економістів у їх здатності за допомогою широкого використання економетричних моделей розв'язати будь-які проблеми розвитку національного та світового господарства. За висловлюванням П. Кругмана "економічна наука збилася з дороги внаслідок того, що економісти помилково прийняли прекрасну, чудову на вигляд, математику, за істину" [3]. До інших факторів з цієї групи слід віднести вузьку спеціалізацію економістів; складність короткострокового прогнозування поведінки фінансових ринків, внаслідок чого великою є можливість помилок і, як наслідок, плями на репутації вченого, і відірваність широкого кола економістів від аналізу поточних тенденцій розвитку економіки [4]. Саме вони, на думку американського професора Р. Райана, призвели до того, що абсолютна більшість фахівців виявилися нездатною спрогнозувати світову фінансово-економічну кризу 2007-2009 рр.

Проте є і об'єктивні чинники сучасного становища економічної науки, які пов'язані із особливостями розвитку світової економіки протягом останніх трьох десятиріч. До основних особливостей цього періоду розвитку світової економіки можна віднести наступні:

1) поглиблення процесів економічної глобалізації, що дало поштовх не лише економічному розвитку країн, але й призвело до економічного диктату транснаціональних корпорацій;

2) посилення взаємозалежності і взаємопереплетіння країн світу, що надзвичайно прискорило розповсюдження кризових явищ за межі національних кордонів;

3) нераціональне нарощування виробництва, агресивне нав'язування нераціональної моделі споживачької поведінки за рахунок широкої доступності субстандартних споживачьких кредитів;

4) крах світової соціалістичної системи та значне і швидке розширення світового капіталістичного ринку, що призвело до змін його структури, напрямів

та обсягів товарно-фінансових потоків, інституційних складових тощо;

5) посилення впливу політичних факторів макромаркетингового середовища на розвиток національних економічних систем.

Ці та інші особливості розвитку світової економіки в останні три десятиріччя не могли не позначитися на розвитку економічної науки. Цей період характеризується підвищеною увагою до розвитку прикладних економічних дисциплін, які призначені обслуговувати практичні потреби бізнесу і концентрували увагу окремих механізмів і інструментах.

Певним недоліком сучасної економічної науки є де-що зневажливе, не чітке ставлення до визначення економічних категорій та понять, які є базовими цеглинками розробки нових концепцій, законів, закономірностей. Саме тому сьогодні існують десятки, сотні і іноді тисячі визначень одного і того ж самого поняття в світовій економічній літературі. Це стосується, наприклад, понять "маркетинг", "глобалізація", "конкуренція", "ризик". Але ж, аксіоматично, що від правильності і чіткості визначення саме категоріального апарату залежить як і суть тих або інших концепцій, так і, що особливо важливо, для удосконалення практичної підприємницької діяльності суб'єктів економічних відносин.

Фінансово-економічна криза 2007-2009 рр. наочно продемонструвала слабкість теоретичних концепцій сучасної економічної науки і надзвичайно актуалізувала необхідність розробки нових підходів для обґрунтування економічних програм післякризового розвитку країн світу. Це, в свою чергу, вимагає особливої уваги до дотримання чіткої методології наукових досліджень взагалі і, до розробки понять і категорій, зокрема.

Різноманітні теоретичні та практичні аспекти глобалізації та підприємницьких ризиків достатньо широко вивчаються вітчизняними та закордонними фахівцями. В їх працях розглядається сутність процесів глобалізації (Т. Палмер, Т. Фрідман, І. Шаріф), її форми (Ф. Гордон, А. Панарін), етапи розвитку (М. Штюрмер, А. Уткін), сучасні проблеми як окремих національних господарств, так і світової економіки загалом, обумовлені глобалізацією (М. Маклуган, Г. Мартін, Х. Шуман).

Сутність ризиків в діяльності підприємств, їх різноманітні види та методи управління досліджуються в працях В. Вітлінського, В. Вяткіна, В. Гранатурова, Ю. Єкатеринославського, Л. Макаревича, Н. Хохлова, Г. Чернової та інших вітчизняних та закордонних фахівців.

Онтологічним проблемам в сфері економічної науки взагалі, та аналізу її категоріального апарату, зокрема, приділяється увага в працях В. Базилевича, С. Мочерного, А. Чухно та інших економістів, які займаються проблемами методології.

Незважаючи на існуючий значний теоретико-практичний доробок в рамках вивчення глобалізації та підприємницьких ризиків подальше продуктивне дослідження даної проблематики стримується невирішеністю суттєвої методологічної проблеми, пов'язаної із відсутністю логічної методики конструювання категоріального апарату.

Наразі економічна наука зупинилася на тому, що економічні категорії та поняття мають певну структуру яка відображає існуючі реалії економічної системи. Наступним кроком має бути створення певного алгоритму їх конструювання.

Метою даної статті є викладення методики узагальнення і конструювання економічних категорій та її практичне застосування на прикладі понять "підприємницький ризик" і "глобалізація".

Алгоритм конструювання економічних понять і категорій. Економічна наука, як і будь-яка інша сфера наукової діяльності, використовує в якості свого методологічного фундаменту філософські категорії, які формують самий перший рівень системи категорій. На другому рівні вибудовується категоріальний апарат економічної теорії, а на третьому формуються категорії конкретних економічних дисциплін.

В якості прикладу можемо навести одну із трьохрівневих фундаментальних категоріальних зв'язок капіталістичної економіки, – "відчуження людини – експлуатація – рентабельність виробництва", яка слугувала дієвим методологічним інструментом пізнання дійсності не лише в 19 сторіччі, але її з успіхом можливо застосовувати і в умовах сучасного українського капіталізму.

Економічні категорії використовуються для теоретичного вираження виробничих відносин, які складаються між людьми в ході суспільного виробництва. За допомогою категорій наука досліджує процеси та явища економічної сфери життєдіяльності суспільства, а також аналізує інтереси суб'єктів суспільного виробництва, які персоналізують собою реальні виробничі відносини. Зовнішньою формою прояву економічних категорій є економічні поняття, які фіксують зовнішні характеристики об'єкту дослідження.

Особливих проблем із застосуванням вищезазначеного трьохрівневого підходу в дослідженнях вітчизняних вчених-економістів не спостерігається, оскільки значна більшість наших колег свого часу отримала ґрунтовні філософські знання в сфері діалектичного матеріалізму. Тому, тією мірою, якою вони спираються на усталені, перевірені часом, марксистські підходи до аналізу капіталістичних відносин, результати їх досліджень цілком адекватно відображають сутність процесів, які відбуваються в українському суспільстві.

Проблеми, головним чином, виникають під час конструювання нових категорій і понять. За свідченням російських вчених, які займаються цією проблематикою "погано обстоють справи із детальним опрацюванням самих низових категорій. А там, де деталей не видно, їх намагаються винайти, домислити відповідно до існуючої догми. У результаті, існування суспільних і не лише суспільних наук йшло і йде за власними законами, а існування об'єктивного і суб'єктивного життя – за власними" [5].

Окремі спроби формалізувати конструювання економічних категорій мають обмежений характер. Так, вказується на те, що "в структурі кожної економічної категорії необхідно виділяти аспект, який відбиває розвиток продуктивних сил та еволюцію виробничих відносин (або форм власності). Отже, у кожній економічній категорії з урахуванням структури економічної системи відображаються і зв'язки, і відносини між людьми у процесі привласнення... об'єктів власності, з одного боку, та виробничі зв'язки між людьми у процесі праці, створення матеріальних благ, взаємодії людини з природою – з другого" [6]. Деяко ширшим є інший підхід до визначення структури категорії, згідно якого вона має складатися з певного числа елементів. "Економічна категорія як теоретична абстракція повинна мати певну структуру наукового опису: головна функція виробничих (економічних) відносин, що відокремлюються в певну якісно визначену категорію; основні специфічні ознаки категорії; форми і зміст категорії, місце категорії в системі суспільного відтворення" [7]. Однак, лише просте перерахування компонентів економічної категорії, яке не супроводжується спеціальною методикою її послідовного конструювання, не здатне позитивно вплинути на ситуацію.

Для конструювання економічних понять і категорій пропонується наступний алгоритм, за допомогою якого

дослідник в змозі проаналізувати існуючі точки зору та сконструювати власну категорію чи поняття.

Перший етап. Потрібно *скласти якомога більший перелік визначень* категорії чи поняття, що досліджуються, які представлені в існуючій світовій та вітчизняній літературі. З цією метою використовується як традиційний бібліотечний пошук по друкованим працям (монографії, статті, підручники, дисертації тощо), так і Інтернет-пошук із залученням широкого кола джерел інформації.

Другий етап. Будь яка економічна категорія чи поняття має складатися з трьох основних складових. Пе-

рша складова описує найбільш суттєву сторону явища, яке досліджується. За допомогою другої складової дослідник повинен вказати на те, яким саме чином відбувається розгортання сутності явища в рамках певного, чітко визначеного змісту. Нарешті, використовуючи третій, останній компонент визначення категорії (поняття), ми маємо вказати до якого саме результату в економічній системі призводить реалізація даного явища.

Використовуючи вищезазначену трьохкомпонентну структуру побудови категорії (поняття) потрібно в спеціальній табличній формі викласти точки зору, які представлені в літературі (табл. 1).

Таблиця 1. Структура категорії (поняття) "___" в підходах різних авторів

№	Автор, рік, вид наукової праці / поняття	Суть явища	Зміст явища	Результат явища
1.				

Третій етап. Наявність таблиці 1 суттєво полегшує проведення *аналізу точок зору з метою узагальнення існуючих в літературі підходів* щодо розкриття суті економічного явища, його змісту та результату. На цьому етапі дослідник має вирішити наступне завдання, – по можливості, "розкласти" кожне визначення категорії на три складові її структури та занести їх у відповідні стовпчики таблиці.

Четвертий етап. Під час даного етапу *відбувається класифікація існуючих підходів до визначення категорії (поняття)*, для чого дослідник, по – перше, виявляє

спільні риси у представлених в таблиці визначеннях, та, по-друге, з'ясовує відмінності в них. Це дає можливість виявити, в чому полягає специфічність точок зору.

Для класифікації підходів пропонується використати спеціальну таблицю, в якій стисло зазначається сутність поняття, наявність у визначеннях змісту та результату (табл. 2). Таблиця допомагає визначити спільні характеристики сутності явища, які присутні у підходах різних авторів. У колонці "Суть явища" робиться стільки допоміжних колонок, скільки виявляється підходів до опису сутності явища.

Таблиця 2. Класифікація існуючих підходів до визначення категорії (поняття) "____"

№	Автор	Суть явища					Наявність змісту	Наявність результату
1.								

П'ятий етап. Ретельно виконанні завдання попередніх етапів є ґрунтовною основою для проведення *критичного аналізу виявлених підходів* до формулювання категорії (поняття), яка знаходиться в полі зору дослідника. Основні принципи критичного аналізу полягають у

- послідовності – мають бути проаналізовані всі три компоненти структури визначення категорії,
- комплексності – мають бути розглянуті всі наявні визначення,
- об'єктивності – мають бути встановлені переваги та недоліки існуючих визначень.

Особливо строго дослідник має дотримуватися останнього принципу, оскільки вибіркоковий відбір лише тих визначень, які відповідають поглядам дослідника та

ігнорування всіх інших, здатен суттєво вплинути на кінцевий результат застосування алгоритму.

Результати аналізу також заносяться в спеціальну таблицю, в якій зазначені переваги та недоліки визначень, що досліджуються (табл. 3). Для оцінки пропонується використати бальну шкалу за наступними критеріями:

- 1) наявність компонентів визначення: суті – 1 бал, суті і форми – 3 бали; всіх трьох – 5 балів;
- 2) поширеність визначення в науковій літературі: від 1 до 5 балів;
- 3) теоретична обґрунтованість визначення: від 1 до 5 балів;
- 4) доступність для практичного використання: від 1 до 5 балів.

Таблиця 3. Оцінка існуючих підходів до визначення категорії (поняття) "____"

№	Автор, рік	Оцінка (бали)				
		наявність компонентів	поширеність визначення	Теоретична обґрунтованість	практична доступність	сумарна оцінка

Шостий етап. Основним етапом у алгоритмі, що розглядається, є *формулювання авторського визначення* категорії (поняття) з дотриманням трьохкомпонентного підходу до її структури. На даному етапі дослідник, використовуючи наявні в літературі визначення, та спираючись на власні підходи до розуміння сутності економічного явища або процесу, конструює власне визначення.

Сьомий етап. Заклучним є етап, в рамках якого автор з'ясовує, яким саме чином сконструйоване ним визначення може бути застосоване в якості основи для *побудови концепції практичного використання категорії (поняття)*.

Продемонструємо використання вище запропонованої методики на прикладах понять "підприємницький ризик" та "глобалізація".

Підприємницький ризик: конструювання поняття. Категорії ризику взагалі, та підприємницького ризику, зокрема, належать до числа тих, відносно яких у економічній науці відсутня єдність поглядів. Наприклад, Міжнародна федерація асоціацій фахівців з ризик-менеджменту і страхування наводить 14 визначень ризику і 9 визначень ризик-менеджменту [8]. За думкою Д. Хаббарда, одного із фахівців світового рівня у галузі управління ризиками, "не лише різне трактування поняття ризику, але й самого слова ризик є джерелом

значної плутанини навіть серед фахівців, які спеціалізуються з цієї теми. Існує чимало сталих та таких, що взаємно виключають одне одного, концепцій ризику та ризик-менеджменту, притаманних багатьом сферам діяльності. Навіть гірше, трапляються ситуації, коли деякі фахівці навіть не свідомі того, що вони вкладають в поняття ризику зовсім інший зміст, ніж інші професіонали в цій сфері, що призводить до помилок у взаємодіючих між ними" [9].

На першому етапі конструювання поняття "підприємницький ризик" складаємо якомога більший перелік визначень ризику, підприємницького ризику та економічного ризику. На даний час в економічній літературі зустрічається декілька десятків їх визначень.

На другому етапі складаємо таблицю структури поняття "ризик", в якій намагаємось розкласти наявні визначення на три компоненти (табл. 4).

Таблиця 4. Структура поняття "ризик" в підходах різних авторів та в офіційних документах (В таблиці наведені лише 3 визначення ризику. Оригінальна таблиця містить 37 визначень)

№	Автор, рік, вид наукової праці / поняття	Суть явища	Зміст явища	Результат явища
Авторські визначення				
1.	Хохлов Н.В. (1999), підручник [10] / Ризик	подія або група споріднених, випадкових подій	які наносять збиток об'єкту, котрий володіє даним ризиком	-
2.	Федерація європейських асоціацій з ризик-менеджменту (FERMA), (2003) [11] / Ризик – це	комбінація	імовірності події та її наслідків	
3.	Чернова Г.В. (2000), навчальний посібник [12] / Під економічним ризиком розуміється	певна можливість	виникнення збитку, який вимірюється у грошовому виразі	

Під час *третього* етапу конструювання поняття "підприємницький ризик" необхідно провести аналіз виявлених точок зору, які наведені в табл. 4, та узагальнити їх з позиції того, наскільки повно вони відображають три елементи категорії: суть явища, його зміст та результат. Аналіз показує, що намагання виявити суть поняття, що досліджується, прослідковується в кожному визначенні. Опис змісту також присутній практично у всіх визначеннях. Найгірше за все, як свідчать

матеріали таблиці, справи обстоють із третім елементом, – результатом явища. В жодному з визначень його немає, що свідчить про неповноту наведених визначень, адже відсутність результату явища у визначенні поняття чи категорії не дозволяє використати їх в якості ланцюжків, які утворюють "костяк" економічної системи.

Під час виконання *четвертого* етапу з'ясовується, що, як видно з наведених визначень, існує значна розбіжність підходів до визначення підприємницького ризику.

Таблиця 5. Класифікація існуючих підходів до визначення поняття "ризик" (Таблиця наводиться частково)

№	Автор, рік	Суть явища				Наявність змісту	Наявність результату
		подія	відхилення	можливість	діяльність		
1	Хохлов Н.В., 1999	+				+	-
2	Федерація європейських асоціацій з ризик-менеджменту (FERMA) 2003					+	-

Із десяти визначень, що наведені в табл. 4, в жодному є в наявності всі три необхідні елементи структури поняття. Всі ці визначення містять лише два необхідних компоненти – суть та зміст. Відносно суті ми можемо виокремити наступні підходи до поняття ризик, – це подія чи група певних подій; це можливість виникнення певних подій; це комбінація імовірності та наслідків.

Що стосується спільного, то практично у всіх визначеннях спостерігається намагання пов'язати зміст ризи-

ку із такими наслідками, які є негативними для організації, – можливістю втрат, збитків, відхиленням результатів від очікуваних.

В рамках *п'ятого етапу* конструювання поняття потрібно з критичних позицій оцінити підходи до поняття, що досліджується. Результати оцінювання, викладені в табл. 6, дозволяють виявити найбільш високорейтингові визначення, які набирають найбільшу кількість балів, та слугують своєрідними зразками для розробки авторського визначення.

Таблиця 6. Оцінка існуючих підходів до визначення поняття "ризик" (Таблиця наводиться частково)

№	Автор, рік	Оцінка (бали)				
		наявність компонентів	поширеність визначення	теоретична обґрунтованість	практична доступність	Сумарна оцінка
1	Хохлов Н.В., 1999	3	3	2	1	9
2	Федерація європейських асоціацій з ризик-менеджменту (FERMA), 2003	3	5	5	5	18

Під час *шостого етапу* автору потрібно надати власне визначення поняття, що він його досліджує. Ми вважаємо, що суть підприємницького ризику полягає в тому що він є невід'ємною рисою підприємницької дія-

льності, і являє собою певний його стан, в яку може потрапити суб'єкт підприємницької діяльності, в результаті чого буде неможливо досягнути заплановані цілі. Авторське визначення наводиться в табл.7.

Таблиця 7. Структура поняття "підприємницький ризик"

Категорія	Суть явища	Зміст явища	Результат явища
Підприємницький ризик – це	невід'ємна риса підприємницької діяльності, такий його стан	який полягає у існуванні можливості недосягнення запланованих цілей внаслідок впливу на діяльність підприємства тих або інших імовірних подій	що призводить до постійного відтворення стихійності ринкових відносин

Під час виконання сьомого, останнього, етапу алгоритму визначення підприємницького ризику ми з'ясуємо, яким саме чином сконструйоване нами поняття може бути застосоване в якості основи для побудови концепції його практичного використання. З нашої точки зору дане нами визначення має значний потенціал для його практичного використання, що було доведено під час проведення авторами статті низки тренінгів для підприємців м. Києва.

На базі вищенаведеного поняття підприємницького ризику була запропонована практична формула підприємницького ризику, яка виглядає наступним чином, – ризик невиконання конкретного завдання того або іншого підрозділу підприємства внаслідок можливої події. Наприклад: ризик невиконання місячного плану виробництва внаслідок можливої поломки обладнання, або, ризик зростання величини відсотків по банківському кредиту внаслідок можливого перевищення темпів інфляції запланованого рівня. Практична формула ризику з успіхом використовується на підприємствах під час складання Програми управління ризиками.

Глобалізація: конструювання поняття. В сучасній економічній літературі немає однозначного підходу до характеристики її суті. До широкого наукового застосування цей термін ввів Теодор Левітт, який в 1983 р. зазначав, що нові технології "пролетаризували" комунікації, транспорт та подорожі, що призводить до створення світових ринків для стандартизованих споживчих товарів, які продаються за помірними цінами [13]. На жаль, Т.Левітт не залишив точного визначення глобалізації, що в подальшому стимулювало активну творчість науковців всього світу. За підрахунками авторів доповіді "Більше зусиль. Чи можлива стала глобалізація?", яка була надрукована 2007 р., існує більш, ніж 5000 визначень глобалізації [14].

На *першому етапі* конструювання поняття "глобалізація" складаємо якомога більший перелік визначень. На *другому етапі* складаємо таблицю структури поняття "глобалізація", в якій намагаємось розкласти наявні визначення на три компоненти (табл. 8).

Таблиця 8. Структура поняття "глобалізація" (економічний аспект) в підходах різних авторів та офіційних документів (В таблиці наведені 3 визначення глобалізації. Оригінальна таблиця містить 25 визначень)

№	Автор, рік, вид наукової праці / поняття	Суть явища	Зміст явища	Результат явища
1	Палмер Т.Г., (2002), стаття [15] Глобалізація –	– скорочення чи усунення державних обмежень	на міжкордонні обміни,	що в результаті призводить до виникнення інтегрованої та складної глобальної системи виробництва і обміну
2	Міжнародний валютний фонд, (2008), інформаційні матеріали [16] Глобалізація –	– це зростаюча економічна взаємозалежність країн світу	через зростаючі обсяги та різноманіття між кордонних трансакцій товарів та послуг, вільного руху капіталів, людей та більш швидкого розповсюдження технологій	–
3	Мікелвейт Дж., Вулдрідж А. (2000), доповідь [17] Глобалізація –	вільний рух товарів, послуг, ідей та людей у світі		

Під час *третього* етапу конструювання поняття "глобалізація" здійснюємо аналіз виявлених точок зору, які наведені в табл. 8, та узагальнюємо їх з позиції

того, наскільки повно вони відображають три елементи поняття: суть явища, його форму та результат. Результати даного етапу наводяться в табл. 9.

Таблиця 9. Класифікація існуючих підходів до визначення поняття "глобалізація"

№	Автор, рік	Суть явища					Наявність змісту	Наявність результату
		інтеграція	інтернаціоналізація	зниження та усунення бар'єрів	взаємозалежність	конвергенція		
1	Палмер I.I., 2002			+			+	+
2	Міжнародний валютний фонд, 2008				+		+	

Під час виконання *четвертого* етапу з'ясується, що, як видно з наведених визначень, існує значна розбіжність підходів до визначення поняття глобалізації. Із п'ятнадцяти визначень, що наведені в табл. 8, лише два мають всі три необхідні елементи структури визначення. В дванадцяти визначеннях є опис змісту поняття.

В рамках п'ятого етапу конструювання поняття потрібно з критичних позицій оцінити підходи до поняття, що досліджується. Результати оцінювання, викладені в табл. 10, дозволяють виявити найбільш високорейтингові визначення, які є своєрідними "конкурентами" для авторського визначення категорії, якому присвячений шостий етап.

Ми виходимо з того, що сутнісними характеристиками глобалізації є зростаюча взаємозалежність і взаємозв'язок економік різних країн світу, взаємопроникнення й злиття національних економік у результаті посилення конкуренції й прискорення науково-технічного прогресу; нарощування обсягів і розмаїтості трансграничних переміщень товарів, послуг, капіталів, населення; швидка й широка дифузія технологій; територіальна й інституційна інтеграція ринків і т.п. Визначальними особливостями глобалізації є вихід економічних систем за національні границі й посилення ролі зовнішніх, інтернаціональних факторів у процесі економічного розвитку.

Таблиця 10. Оцінка існуючих підходів до визначення поняття "глобалізація"

№	Автор, рік	Оцінка (бали)				
		Наявність компонентів	поширеність визначення	теоретична обґрунтованість	практична доступність	сумарна оцінка
1	Палмер I.I., 2002	5	3	3	5	16
2	Міжнародний валютний фонд, 2008	3	2	4	4	14

Глобалізація є багатоаспектним і суперечливим процесом, що несе як переваги, так і погрози економічному розвитку й означає перетворення міжнародної економіки в єдину систему. Глобальний характер сучасних економічних процесів знаходить своє вираження

в реалізації політики відкритості національних ринків, поглиблення міжнародного розподілу й кооперації праці, які проявляються в нарощуванні масштабів міжнародної торгівлі. Авторське визначення глобалізації наводиться в табл. 11.

Таблиця 11. Структура категорії "глобалізація" (економічний аспект)

Категорія	Суть явища	Зміст явища	Результат явища
Глобалізація	– це об'єктивний процес розмивання національних кордонів	як наслідок пошуку найбільш прибуткових сфер відтворення капіталу у всіх його формах (виробничих, фінансових, трудових економічних ресурсів),	що призводить до взаємодії, взаємозалежності, взаємопереплетіння національних економік та формування глобального ринку та світової економічної системи.

Нарешті, ми маємо визначити, яким саме чином сконструйоване нами визначення "глобалізації" може бути застосоване в якості основи для побудови концепції його практичного використання. Потенціал практичного використання даного нами визначення обумовлений наступними чинниками. По-перше, можливістю підібрати конкретні показники, які вимірюють динаміку глобалізації, – процесу розмивання національних кордонів. По-друге, опора в змісті на глобалізації на пошук капіталом найбільш прибуткових сфер відтворення дозволяє прогнозувати динаміку та напрями глобалізації, оскільки досліднику доступні дані про рентабельність використання капіталу в різних сферах економіки та різних країнах.

Проведене дослідження сутності та можливостей практичного застосування методики конструювання категоріального апарату економічної науки (на прикладі понять "глобалізація" та "підприємницький ризик") дозволяє зробити наступні висновки. По-перше, розроблено та описано практичний алгоритм конструювання економічних категорій і понять, який складається з семи логічно взаємопов'язаних етапів. По-друге, визначено склад структури категорії (поняття), яка має складатися із трьох компонентів, – сутності явища, його змісту та результату в економічній системі, до якого призводить реалізація даного явища. По-третє, на прикладі понять "глобалізація" та "підприємницький ризик" доведена можливість практичного використання запропонованого алгоритму конструювання економічних категорій і понять.

1. Daniel Kahneman Maps of bonded rationality: a perspective on intuitive judgment and choice. Prize Lecture, December 8, 2002 – Режим доступу: http://nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/2002/kahnemann-lecture.pdf – Назва з екрану. 2. Douglas W. Hubbard The failure of risk management: why it's broken and how to fix it John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. 2008 – p.79 – Режим доступу: <http://www.scribd.com/doc/26445256/The-Failure-of-Risk-Management->

Why-It-s-Broken-and-How-to-Fix-It – Назва з екрану. 3. Globalization Is Great! Tom G. Palmer Cato Institute. Cato's Letter, 2002, Vol.1, N.2 P. 1 – Режим доступу: <http://www.cato.org/pubs/letters/palmer-catoletters.pdf> – Назва з екрану. 4. Globalization: A Brief Overview By IMF Staff The IMF Issues Brief May 2008 P. 2 – Режим доступу: <http://www.imf.org/external/np/exr/ib/2008/pdf/053008.pdf> – Назва з екрану. 5. Levitt Theodore. Globalization of markets, Harvard Business Review, May – June 1983 – Режим доступу: <http://www.vuw.ac.nz/~caplabtb/m302w07/levitt.pdf> – Назва з екрану. 6. Paul Krugman. The increasing returns revolution in trade and geography. Prize Lecture, December 8, 2008 – Режим доступу: http://nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/2008/krugman_lecture.pdf – Назва з екрану. 8. Publications Risk Management Standard – Режим доступу: <http://www.airmic.com/publications.asp> – Назва з екрану. 9. Raghuram Rajan Why Did Economists Not Spot the Crisis? Chicago Booth Blog: Fault Lines by Raghuram Rajan February 05, 2011 – Режим доступу: <http://blogs.chicagobooth.edu/n/blogs/blog.aspx?nav=main&webtag=faultlines&entry=30> – Назва з екрану. 10. Raising Our Game: Can We Sustain Globalization? First Edition 2007 SustainAbility Ltd p.10 – Режим доступу: <http://www.sustainability.com/library/attachment/39> – p.10 – Назва з екрану. 11. Raising Our Game: Can We Sustain Globalization? First Edition 2007 SustainAbility Ltd p.10 – Режим доступу: <http://www.sustainability.com/library/attachment/39> – Назва з екрану. 12. Гальчинський А.С., Єщенко П.С., Палкін Ю.І. Основи економічної теорії / К.: Вища школа, 1995. – 471с. – С. 21-22. 13. Економічний словник-довідник: За ред. док. екон. наук, проф. С. В. Мочерного / – К.Феміна, 1995. – 368 с. – С.96. 14. Лукьянова Е.В. Теория и практика конструирования и применения философских категорий. Критический взгляд обществоведа – Представительная власть, 2007, №2 – Режим доступу: <http://www.pviast.ru/archive/index.366.php> – Назва з екрану. 15. Кравченко В.А. Програма управління підприємницькими ризиками: зміст і етапи розробки // Проблеми системного підходу в економіці (електронне видання Інституту економіки і менеджменту) – Київ, 2008 р. № 1 – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/index.html> – Назва з екрану. 16. Хохлов Н. В. Управление риском [учебное пособие] / Николай Валерьевич Хохлов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 239 с. – С. 11. 17. Чернова Г. В. Практика управления рисками на уровне предприятия: [учебное пособие] / Галина Васильевна Чернова. – СПб: Ин-т страхования, 2000. – 170 с. – С.5.

Надійшла до редколегії 14.04.11

УДК 330.837

А. Маслов, канд. екон. наук, доц.

ЕТАПИ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ У ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ ХХ – НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТЬ

У статті розглянуто основні етапи становлення та розвитку теорії інформаційної економіки в період другої половини ХХ – початку ХХІ століть як нової економічної парадигми.

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

В статье рассмотрено основные этапы становления и развития теории информационной экономики в период второй половины ХХ – начале ХХІ столетий как новой экономической парадигмы.

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

This article describes the main stages of formation and development of the theory of information economy in the period of the second half of the 20th – early 21st centuries as a new economic paradigm.

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

Трансформаційні процеси, що відбуваються в суспільстві та економіці в ході інформаційно-технологічної революції кінця ХХ – початку ХХІ ст., значною мірою обумовлені зростанням ролі і значення інформації в суспільному житті і в економіці. Це потребувало відповідного теоретичного пояснення, що і призвело до появи в економічній думці у другій половині ХХ ст. ряду принципово нових теорій, в основі яких лежить інформація як новий фактор виробництва. Особливої популярності набувають теорії інформаційного суспільства, "суспільства знань", інформаційної економіки і т.п.

На рубежі ХХ–ХХІ ст. й, особливо, у перші роки ХХІ ст. стали особливо помітними роботи в галузі "мережевого суспільства" та мережевої, інформаційної, нової економіки, що є продовженням серії робіт із проблем інформаційного суспільства й "суспільства знань", але такі, що мають свою специфіку. Необхідно зазначити, що мережевий принцип організації виробництва, ринку, капіталу й інших економічних і соціальних форм й інститутів знаменує собою одну із принципових змін, щонайменше порівнянних з інформаційною революцією. Найцікавішими тут є, насамперед, праці М. Кастельса, що містять крім інших переваж значний бібліографічний матеріал [3].

Необхідно зазначити, що звернення до дослідження інформаційних аспектів в економіці та становлення теорії інформаційної економіки як нової парадигми, а саме, інформаційної парадигми, почалося ще з 1960-х рр. і набуло подальшого свого розвитку в 1970–90-х рр. Одними з перших досліджень з інформаційної проблематики в економіці були праці Ф. Махлупа [4], М. Пората та подальша поява багаточисленних публікацій провідних зарубіжних та вітчизняних дослідників та соціологів Т. Стоунера [8], Е. Тоффлера [11], Д. Белла [1–2], Дж. Стігліца [6], В. Мунтіяна [5], А. Чухно [12], Л. Мельника, Ю. Бажала та ін. Можна помітити, що тенденції 1980–90-х років здебільшого пов'язані із дробленням і деталізацією постіндустріальної проблематики. Справді, дослідження кінця 1990-х рр. і початку ХХІ ст. свідчать про початок повороту у бік концептуального осмислення змін, що відбуваються. Піднімаються проблеми, пов'язані зі зростанням значення інформаційних аспектів економічного зростання та розвитку. В той же час можна простежити певну еволюційну спадковість теорій інформаційної економіки, і умовно виділити декілька етапів.

Але не дивлячись на вже відносно тривалий період зростання значення та дослідження ролі інформації в економіці, від перших досліджень і відзначення відповідних праць нобелівською премією до сучасних досліджень, все ще недостатньо дослідженими є як теорети-

ко-концептуальні та методологічні засади еволюції теорії інформаційної економіки, так і з'ясування закономірностей та періодизації її становлення та розвитку. Тому, з'ясування логіки зміни та ускладнення досліджуваної проблематики, виокремлення етапів розвитку теорії інформаційної економіки від її виникнення до сучасності є актуальним і важливим.

У статті поставлено за мету простежити етапи становлення та розвитку теорії інформаційної економіки у другій половині ХХ-го – на початку ХХІ століть в контексті зміни дослідження інформаційної проблематики в економіці.

Поява теорії інформаційної економіки є безпосереднім результатом суспільного розвитку на його постіндустріальній стадії і переростання в інформаційне суспільство з інформаційною економікою. Простеживши процес зародження і розвитку інформаційної економіки та її відображення в теорії, можна виділити декілька періодів в теорії інформаційної економіки.

Так, на першому етапі розвитку вона представлена "інформаційною економікою" Н. Реймерса, розробленої у 1960-у р. На цьому першому етапі також значний внесок у розвиток цієї теорії зробили Ф. Махлуп (1962) та М. Порат (1977). Поняття "інформаційна економіка" в науковий обіг було запроваджено ще на початку 1960-х рр., і одразу стало загальноновизнаним стосовно до реальності, що склалася у високорозвинених країнах світу. Новий спосіб розвитку суспільства – постіндустріальний інформаційний, що прийшов на зміну індустріальному і став основою для побудови постіндустріального інформаційного суспільства. Зрозуміло, що однією з найважливіших засад інформаційної економіки є одна зі складових інституційно-соціального напрямку, одна зі складових дихотомії Т. Веблена – техніка та технологія, що робить інформаційну економіку технологічно обумовленою, або технологічно детермінованою.

Особливості інформації як виробничого ресурсу ставить її на перше місце як один з основних ресурсів економічного розвитку, а інформація та процеси інформатизації формують новий образ соціуму, де головним засобом вирішення глобальних проблем стане нова якість працівника як інтелектуального працівника, що володіє унікальними вміннями та виробничими (швидше креативними) навичками на основі відповідної інформації і знань. Період "інформаційної економіки" характеризувався високими показниками зростання продуктивності праці за рахунок системного впливу нових технологій та інновацій, що, у свою чергу, призвело до зростання національних багатств найбільш високо розвинутих країн. Починаючи з нафтової кризи 1973 р., виробничий потенціал індустріальних технологій знач-

ною мірою вичерпався, а нові інформаційні технології не змогли стримати вповільнення зростання продуктивності аж до середини 1990-х рр., коли на світову арену виходить нова, мережева економіка.

Наступний, *другий етап інформаційної економіки* можна пов'язати з теорією "інформаційної економіки" (informational economics). Поняття "інформаційна економіка" вперше в науковий обіг запровадив у 1996 р. М. Кастельс. Основою для інформаційної економіки стала поява нового способу розвитку – інформаціоналізму, який сформувався під впливом перебудови капіталістичного способу виробництва наприкінці ХХ ст.

У другій половині ХХ сторіччя виникла об'єктивна необхідність, коли прогрес економічної науки перетворив її в нову сферу – економіку знань, що не могла вже не лише існувати, а й розвиватися без інформації. Виник принципово новий об'єкт, як за формою, так і за змістом – синтез економіки й інформації.

М. Кастельс особливо виділяє дві характерні риси економіки нового типу, що сформувалися наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. на Заході, насамперед у США. Це інформаціональність та глобальність. На думку М. Кастельса відмінність між "інформаційною економікою" та "інформаційної економікою" полягає в тому, що "в новому інформаційному способі розвитку джерело продуктивності міститься в технології генерування знань, обробки інформації та символічної комунікації. Зрозуміло, знання та інформація є критично важливими елементами в усіх способах розвитку, оскільки процес виробництва завжди заснований на деякому рівні знань й обробці інформації. Однак специфічним для інформаційного способу розвитку є вплив знання на саме знання як головне джерело продуктивності" [3, с. 39].

М. Кастельс зазначає, що вона є інформаційної економікою "оскільки продуктивність і конкурентоспроможність факторів або агентів у цій економіці (фірма, регіон або наукова установа) залежить від їх здатності генерувати, обробляти та ефективно використовувати інформацію, засновану на знаннях.

Глобальна – тому, що основні види економічної діяльності, такі як виробництво, споживання та циркуляція товарів і послуг, а також їх складові (капітал, праця, сировина, управління, інформація, технології, ринки), організуються у глобальному масштабі, безпосередньо або з використанням розгалуженої мережі, що зв'язує економічних агентів.

І нарешті, інформаційна і глобальна – тому що в нових історичних умовах досягнення певного рівня продуктивності та існування конкуренції можливі лише всередині глобальної взаємопов'язаної мережі" [3, с. 81]. Інформаційна економіка формується не лише під впливом дохідності, як одного із мотиваційних факторів фірм, але і під впливом політичних інтересів, які заохочують конкуренцію у цих економіках, які підтримують фірми. М. Кастельс доводить, що дерегуляція ринку і приватизація не є механізмами, що працюють на розвиток.

Про існування глобальної економіки можна говорити тому, що економічні справи працюють всередині глобальної взаємопов'язаної мережі, що виходить за національні межі. Ця економіка не є політично незалежною, оскільки національні уряди відіграють важливу роль в управлінні економічними процесами. Але в кінцевому підсумку економічний розрахунок робиться на глобальну економіку, тому що саме в глобальному масштабі має місце стратегічна виробнича і торговельна діяльність поряд із накопиченням капіталу, концентрацією знань і управлінням інформацією. Політична залежність даної глобальної системи визначає економічні процеси і стратегії конкурентів. М. Кастельс робить висновок,

"що внутрішній поділ на регіони є системною характеристикою інформаційної/глобальної економік, адже інститут держави породжується суспільством, а не економічною системою.

Таким чином, особливого значення в інформаційній економіці набувають складні процеси взаємодії між політичними інститутами, що історично склалися, і все глобальнішими економічними агентами" [3, с. 111]. М. Кастельс вносить необхідну поправку до визначення контуру глобальної економіки – це не економіка планетарного масштабу. Інакше говорячи, вона не включає всі економічні процеси, території та людей, хоч прямо чи опосередковано впливає на все людство.

М. Кастельс виділяє п'ять характерних рис своєї парадигми інформаційної та глобальної економіки. *По-перше*, характеристика інформаційної та глобальної економіки полягає в тому, що інформація є її "сировиною" – перед нами технології для впливу на інформацію, а не просто інформація, призначена для впливу на технологію, як було у випадку попередніх технологічних революцій. *По-друге*, парадигма М. Кастельса характеризується всеосяжністю ефектів нових технологій. Так як інформація становить інтегральну складову будь-якої людської діяльності, всі процеси індивідуального і колективного існування безпосередньо формуються, але не обумовлюються, новим технологічним способом.

По-третє, будь-яка система чи сукупність відносин, що використовують нові інформаційні технології характеризуються мережевою логікою. Будова мережі добре пристосована до зростаючої складності суспільної та господарської взаємодії, до непередбачуваних моделей розвитку, що виникають із творчої потужності таких взаємодій. Це є характерним для сучасного світу, який є також як постмодерністський та постнекласичний. Така мережева конфігурація завдяки новим інформаційним технологіям тепер може бути забезпечена в усіх видах процесів і організацій. Без них мережева логіка була б дуже громіздкою для матеріального втілення. Мережева логіка необхідна для структурування неструктурованого при одночасному збереженні гнучкості, так як саме неструктуроване і є рушійною силою інноваційної діяльності.

По-четверте, інформаційно-технологічна парадигма заснована на гнучкості, чим також характеризується мережевий принцип. Організації та інституції можна модифікувати і навіть фундаментально змінювати шляхом перегруповування їх компонентів. Конфігурацію нової інформаційно-технологічної парадигми відрізняє її здатність до реконфігурації, тобто до такої суспільної риси, для якої характерні постійні зміни, у тому числі й зміна організацій. Встановити інституційну визначеність, або змінити інституції, не руйнуючи організацію стало можливим внаслідок того, що матеріальну базу організації тепер за допомогою інформації та інформаційних технологій можна перепрограмувати і переозброїти.

Але гнучкість може бути як силою, що вивільняє, так може нести і репресивну тенденцію, якщо ті, хто змінює інституції (правила гри), завжди перебувають при владі, суттєво, таким чином, зберігаючи дистанцію між виникненням і оцінкою нових соціальних форм і процесів завдяки новим технологіям, та проекцією можливих наслідків таких подій для суспільства. Лише конкретний аналіз та спостереження практичного досвіду можуть визначити результат взаємодії між новими, у даному випадку – інформаційними технологіями, і соціальними формами, що виникають.

По-п'яте, чим характеризується інформаційна та глобальна економіка, то це зростаючою конвергенцією

єю конкретних технологій у високо інтегрованій системі, в якій старі ізольовані технологічні траєкторії стають майже нерозрізненими. Зокрема, мікроелектроніка та телекомунікації, оптична електроніка та комп'ютери сьогодні інтегровані в інформаційні системи. Телекомунікації, що сьогодні є лише однією із форм обробки інформації, технології передачі та зв'язку водночас все ширше диверсифікуються та інтегруються в одній і тій самій мережі, де оперують комп'ютери.

Характеризуючи інформаціональні суспільства, М. Кастельс робить два важливих висновки: *по-перше*, що інформаціональні суспільства, які існують сьогодні, є капіталістичними (на відміну від індустріальних суспільств, окремі з яких були етатистичними); *по-друге*, вони відзначаються культурною та інституціональною різноманітністю. М. Кастельс наголошує, що теорія інформаціонального суспільства завжди повинна звертати увагу на історичну і культурну специфіку такою ж мірою, як на структурні подібності, що пов'язані зі спільною техноекономічною парадигмою.

Таким чином, М. Кастельс стверджує, що це все-таки "інформаціональний капіталізм" і "капіталістична інформаціональна економіка", в межах яких гонитва капіталістичних фірм за прибутковістю та мобілізація країн для досягнення більшої конкурентоспроможності викликали зміни у новому історичному співвідношенні між технологією та продуктивністю. Саме в цьому процесі було створено і сформовано, згідно М. Кастельса, інформаціональна та глобальна економіка, яка є основною характеристикою і найважливішою рисою інформаціонального капіталізму.

Наступний, *третій етап інформаційної економіки* можна пов'язати з "інформаційною політичною економією" Дж. Стігліца [6, С. 539] в межах нового кейнсіанства, а також зі спробою відповіді сучасної української економічної думки на нагальні потреби теоретичного обґрунтування процесів, що відбуваються в ході інформаційно-технологічної революції у вигляді теорії "інформаціологічної економіки" В. Мунтіяна [5].

Зокрема, дослідження економіки ризиків привело Дж. Стігліца до головної теми наукових досліджень – теорії інформаційної економіки, або економічної теорії інформації (economics of information), а центральним питанням робіт Стігліца стало вивчення проблем збору, аналізу і поширення інформації та прийняття рішень на основі її дефіциту.

Проблема соціальної нерівності (нерівне володіння інформацією, а отже – і економічною владою) стосовно окремих індивідів, соціальних прошарків і окремих держав розкривається в дусі ліво реформаторських, соціал-демократичних ідей. Дж. Стігліц вміло синтезує економічну теорію з господарською практикою кінця XX – початку XXI ст., а його методологією є його опора на факти, прагнення до емпіричної перевірки всіх, у тому числі вихідних, положень сучасної економічної теорії. Основою теоретичних концепцій є вчення про асиметрію інформації – в оновленій теорії фірми чи в теорії зайнятості. На макрорівні, в галузі міжнародних економічних відносин, концепція асиметрії інформації трансформується в теорію асиметрії економічної влади, національних господарських потенціалів.

Дж. Стігліц прийшов до необхідності розробки нової теорії, яка б перебудувала мікроекономічні основи з урахуванням недосконалості ринкової інформації і вже на макрорівні пояснила б, чому в економіці відбувається каскадне посилення шоківих впливів і чому вони виникають знову, та розкривала б справжні причини існування масового безробіття, кредитних обмежень та інших ринкових недосконалостей [6, с. 538]. Досліджую-

чи багато років проблему ринків з асиметричною інформацією, Дж. Стігліц наочно показав, що висновки традиційних економічних моделей з повною інформацією вводять дослідників в оману. Оцінка багатьох ринків за допомогою концепції асиметричної інформації дала можливість виявити, що насправді вони функціонують зовсім інакше, ніж уявляють собі економісти. *Як наслідок – і державне регулювання ринкової економіки повинно здійснюватися інакше, ніж про це говориться в неокласичній теорії.*

Початок XXI ст. показав, що й американська модель з її "новою економікою" далеко не досконала, а "нова економіка" принесла з собою нові гострі проблеми. Найголовніша з них, на думку Стігліца, полягає в асиметрії інформації, коли одні учасники знають більше, ніж інші. Звідси випливає проблема "принципал – агент", коли менеджер корпорації ("агент"), який зобов'язаний діяти в інтересах власників акціонерів, тобто своїх "принципалів", насправді переслідує свої вузько корисливі цілі. В "Буремних дев'яностих" [7] Дж. Стігліц вичерпно показує, яким чином, використовуючи монополію на внутрі-корпоративну інформацію, вищі менеджери отримували можливість надзвичайно збільшити розміри своєї винагороди. У вищих "агентів" сформувався інтерес до накачування курсу акцій підвідомчої компанії за будь-яку ціну, включно до повної втрати реального зв'язку з виробничою і фінансовою ефективністю, що призвело до ряду шахрайських схем. В таких умовах рівновага економіки перестає бути єдиною, тобто існує багато рівноважних станів, які можуть бути і не пов'язані з ефективним розподілом ресурсів. Звідси постійні провали і збої ринку, що час від часу призводять до тих чи інших криз.

На думку ж В. Мунтіяна, ні "інформаційна", ні "інформаціональна" економіки не в змозі не те що вирішити кризові суперечності, які виникли між людьми, у суспільстві й державі, між суспільствами й державами, націями й народами, а також між людьми й природою; між людиною і її планетою Земля, і що навіть на теоретичному рівні не розкрита природа цих протиріч і не запропоновані ефективні шляхи їхнього рішення.

Виходом із тупика для людства на думку В. Мунтіяна "повинен стати новий напрям, яким і є "інформаціологічна парадигма", як основа гармонійного співіснування світового співтовариства. Незважаючи на те, що як в "інформаційній" та "інформаціональній" моделях економіки основою є інформація, але інформація створена тільки людиною, то "інформаціологічна" економіка базується на інформації власне природи, а дослідницька інформація є лише малою її складовою частиною" [5, с. 37].

Згідно В. Мунтіяна, сутністю "інформаціологічної економіки" є інформаціологізм. З'явився такий напрямок в останнє десятиліття XX ст. Це знаменувалося створенням академіком І.І. Юзвішиним такої науки як "інформаціологія" в 1993 році [13]. Інформаційний стан людини й суспільства визначається їх внутрішніми й зовнішніми відносинами, системою утворюючими відносинами їхніх різних компонентів, різних типів інформації.

В. Мунтіян стверджує, що інформаціологізм виражається в знанні інформаційно-вакуумної природи миру. "Він не протиставляється освіті, науці й культурі, існуючим релігіям, ідеологічним і культовим переконанням або вірі людей. Інформаціологізм, навпаки, припускає найактивніше співробітництво на єдиній інформаціологічній основі з будь-якою наукою, будь-якою сферою діяльності, з будь-якими позитивними рухами, що сповідають люднолюбство й визнають загальнолюдські ідеали або заповіді. Розширення й розвиток такого співробітництва на базі інформаціологічної інтеграції, відповідності, сумісності, об'єднання суспільства на загально світоглядній

інформаціологічній основі є одним із центральних завдань інформаціологізму" [5, с. 39].

Згідно теорії інформаціологічної економіки, "інформаціологія – це генералізація на науку про всі інформаційні процеси і явища мікро- і макросвіту природи й суспільства; вона народилася на стику фізики, хімії, математики, біології, астрономії, геології, космології, історії, технічних, суспільних і гуманітарних наук. Інформаціологія є найбільш великим і надзвичайно багатограним глобально-космічним узагальненням ХХ століття, підсумком науки минулого, наукою сьогодення й майбутнього" [5, С. 41].

На думку В. Мунтіяна, інформаціологія не підмінює, не підкоряє, не поглинає й тим більше не скасовує всі інші науки. Всі диференційовані науки мають і будуть мати право на самостійність і власну значимість. Інформаціологія лише поєднує їх єдиною метою, єдиною принциповою й предметною інформаційною основою, єдиною структурою інформаціологічних міжнаукових відносин у єдиний безперервний процес інформаціологічного пізнання й у єдину систему знань людства, в інформаціологічні ресурси світового співтовариства.

Вперше у світі термін "інформаціологія" ввів до наукової літератури основоположник інформаціології академік І.І. Юзвішин, а в 1993 р. ним було видано першу працю з інформаціології. *Інформаціологія* – фундаментальна генералізаційно-єдина наука, що вивчає у вакуумних і матеріалізованих сферах Всесвіту само відносини, конформні само відображення і співвідношення нуль матеріальних точок, предметів, організмів, об'єктів, процесів та явищ природи і суспільства, виходячи з принципу інформаціологічного підходу. Інформаціологія фундаментально досліджує всі процеси і явища мікро- і макросвітів Всесвіту, узагальнення практичного і теоретичного матеріалів, фізико-хімічних, астрофізичних, ядерних, біологічних, космічних та інших досліджень з єдиної інформаційної точки зору. При цьому важливим залишається вивчення і практичного боку функціонування інформації – процесів виникнення, передачі, використання та збереження інформації, що становить предмет *інформатики*, яка є складовою інформаціології.

Інформаціологія виникла як результат міждисциплінарних досліджень в галузі фізики, хімії, математики, астрономії, біології, інформатики, філософії, історії та ін. і ввібрала в себе як загальнонаукові методи, так і специфічні методи наук, з якими вона контактує. Інформаціологія формулює закони, методи, визначає методологію інформатизації та інформації: впровадження засобів обчислювальної техніки і масової інформації в усі сфери людської діяльності, розширення потоків і каналів інформації, посилення інформаційного обміну та інформаційних взаємодій.

Як багатофункціональна наука інформаціологія вивчає всі субелементарні процеси і явища у живій та неживій природі і Всесвіті в цілому. Субелементарною одиницею інформації прийнято вважати *інформаціон*.

Об'єктом інформаціології є об'єктивна реальність безначально-нескінченного інформаційного Всесвіту, що існує незалежно від нашої свідомості всередині нас, поза нами, між нами та навколо нас, скрізь і всюди, й виступає як об'єкт людського співіснування та пізнання. Базуючись на природній і штучній інформації та інформаційно-вакуумній сутності світобудови, інформаціологія виявилась єдиною генералізаційною ідеологією життєдіяльності, згоди світу і науково-технічного розвитку всього світового співтовариства.

Предметом інформаціології є дослідження інформаційних мікро- макродинамічних процесів і явищ, що від-

буваються у Всесвіті у взаємозв'язку та взаємодії з матеріалізованими і не матеріалізованими атрибутами матеріалізації та де матеріалізації, джерелами анігіляції і авторегенерації, а також процеси рецепції, передачі, зберігання, обробки, візуалізації та пізнання інформації.

Методом пізнання і відображення інформації в інформаціології є практика, підкріплена теоретичними дослідженнями і розрахунками. Згідно до відкритого інформаціологами *закону збереження інформації, інформація не зникає, а лише змінює форми, механізми трансляції та ін.*, який передбачає, що історична істина універсальна і така, яку можна досягти, потрібно лише навчитися управляти інформаційними потоками сучасності і розпізнавати (розкодовувати) інформацію про минуле.

Інформація, як стверджує І.І. Юзвішин, – це загальне само відношення, само відображення та їх співвідношення, що складають універсальне генеративне інформаційне середовище, що є основою прояву функціонування вакуумних і матеріальних сфер Всесвіту. Завдяки саме інформації з'явився Всесвіт, виникли галактики, планети, Земля і життя на ній.

У праці "Інформаціологія" І. Юзвішин розглядає інформацію у зовсім іншій площині, іншому вимірі і розумінні [13, с. 23], як "фундаментальний генералізаційно-єдиний безпочатково-нескінченний законопроцес автоосциляційного, резонансно-мережевого, частотно-квантового та хвильового відношення, взаємодії взаємоперетворення і взаємовідображення (у просторі і часі) енергії, руху, маси і антимаси на основі матеріалізації й де матеріалізації в мікро- і макроструктурах Всесвіту.

Інформація є фундаментальною основою і загальною властивістю Всесвіту. Вона існує незалежно від нас і виявляється в "єдиному процесі мікро- та макромірних відносин і взаємодії енергії, руху та маси в просторі й часі. Інформація – це всі існуючі джерела першопричин, явищ і процесів у мікро- та макроструктурах Всесвіту" [14, С. 73].

На думку прибічників інформаціології та інформаціологічної економіки методологія інформаціології стає концептуальною основою пізнання і всієї інформаційно-соціальної діяльності людини. Ця методологія базується на фундаментальному принципі інформаціологічного підходу, що узагальнює й поєднує на інтеграційно-диференціальній основі всі науково достовірні підходи науково-практичного дослідження, які є його окремими випадками, формами, вираженнями й реалізаціями.

Вихідним пунктом інформаціологічного дослідження є інформаційно-методологічна рівновага застосовуваних підходів, принципів, методів і засобів дослідження, в основі якого лежить універсальний закон інформаційної рівноваги. Збалансованість, сумісність, несуперечність і узгодженість методів дослідження зможе дати небувалий ефект у сфері пізнання, ефект синергізму в системі дослідження.

На думку В. Мунтіяна "Пізнання реалізується на основі інформаціологічного дослідження, у науково-прикладній і практичній діяльності, у галузі освіти й виховання, у процесах передачі й прийому знань, умінь, досвіду поколінь" а "кожна зі сфер людської діяльності, маючи свою специфіку, цілеспрямованість, спеціалізацію й методичну базу, має загальну інтелектуальну, психологічну й духовно-моральну основу й тому повинна опиратися на інформаціологію, інформаціологізм й інформаціологічні концепції" [5, с. 42–43].

Згідно теорії інформаціологічної економіки найважливішим завданням людства стає не фізичне відтворення на основі природних ресурсів Землі – відтворення машин, техніки, технологій, а відтворення знань,

коштів інформації, інформаціологічних технологій і продуктів, а інформаціологія – вчення, теорія, фундаментальна наука про інформацію як універсальне явище Всесвіту. Поняття "інформаціологія" містить у собі не тільки сферу природної інформації, але й більше широкий зміст – як поняття сфери штучної інформації, інформації людини, галузь, породжувану інформаційними об'єктами, системами, документами, інформаційними процесами й відносинами, інформаційною діяльністю людей та її результатів.

Як багатифункціональна наука інформаціологія вивчає всі субелементарні процеси і явища у живій та неживій природі і Всесвіті в цілому. Субелементарною одиницею інформації для мікро- та макросвіту згідно теорії інформаціології є "інформаціон". На думку В. Мунтіяна, на відміну від інших сучасних економічних теорій, концепцій, ідей теорія інформаціологічної економіки "через інформаціонну матрицю забезпечує точну вимірність "економіки знань" у трьох вимірах одночасно: перший вимір – інформаційний, другий – енергетичний, третій – матеріально-речовинний. Крім точної тривимірності, дана матриця дає можливість здійснити точний науковий аналіз через ретроспекцію, діагноз і проекцію. Ми також отримуємо можливість виходити зразу на причинно-наслідкові зв'язки будь-якої економічної моделі" [9, с. 482].

Стратегічна мета інформаціологічного підходу в економіці полягає не стільки у вивченні і дослідженні "економічних процесів, атрибутів, взаємовідносин, взаємодій, як у побудові принципово нової інформаціонної економічної системи, що самоорганізується і самоналагоджується відповідно до єдиного локально розподіленого інформаційно-стільникового простору Всесвіту" [9, с. 483].

Але, на нашу думку, є досить суперечливою методологія інформаціонної моделі економіки, основу якої становить "інформаціологія як генералізований метод наукового пізнання, теорія економічних систем, теорія інформаційного способу розвитку, системний підхід, теорія динаміки нелінійних систем, теорія синергетики, теорія біогенезу, теорія катастроф, теорія хаосу, теорія фізичного вакууму, теорія суперструн" [9, с. 480]. Поряд з цим "інформаціологічний підхід включає в себе як часткові, так і глобальні та локальні підходи: інформаційний, інформаційно-математичний, інформаційно-глобальний, інформаційно-космічний, системний, структурний, функціональний, ймовірнісний та ін. Всі ці принципи використовуються в інформаціологічній економіці" [9, с. 481].

На нашу думку, суперечливість методології інформаціонної моделі економіки полягає в її еклектичності. Досить сумнівним є визначення наріжного каменю цього наукового напрямку є "розшифрування чергового коду Всесвіту", після чого інформаціологічна економіка "пропонує нову економічну модель людству" [9, с. 481], але не зазначається про який саме код йде мова. Особливо сумнівною є теза про те, що "людині ще потрібно навчитись господарювати, адже поки що вона не творець, а споживач у формі паразита. Тому, в першу чергу, не-

обхідно налагодити відносини із творцем, оточуючим середовищем, не називаючи його неживим. А найбільш зручною одиницею для налагоджування відносин є інформаціон. Інформаціон же залишається первинною, нерозмінною "монетою" Вселенського світогосподарства" [9, с. 501]. Нажаль, В. Мунтіяна не пояснює і не дає рекомендацій для владних органів хто і в який спосіб буде налагоджувати відносини з Творцем за допомогою інформаціонна для розробки економічної політики і її реалізації в ході господарської практики.

Але сучасна проблематика теорії та практики інформаційної економіки теоріями в межах розглянутих трьох етапів не обмежується. Поряд з першими теоріями інформаційної економіки, теорії інформаціонної економіки М. Кастельса та теорії інформаціонної економіки В. Мунтіяна значний носіологічний потенціал для дослідження інформаційних проблем економіки містять трансакційні інформаційні теорії, зокрема, при становленні нової інформаційної теорії фірми. Також важливі аспекти інформаційної економіки містяться в гетеродоксальних концепціях асиметрії інформації стосовно основ конкурентно-рівноважного аналізу сучасної ортодоксії, а також в новому кейсіанстві та новій (мережевій) економіці, про що йтиметься в наступних параграфах.

Таким чином, можна сказати, що теорія інформаційної економіки пройшла тривалий шлях у своєму розвитку від піонерів дослідження інформаційних проблем розвитку суспільства та економіки, до сучасних її представників, розширюючи проблематику дослідження і збагачуючи методологічний апарат дослідження та теоретичний змісту. Саме теорія інформаційної економіки, як нова теоретична парадигма, повинна дати відповіді на нагальні потреби сучасної господарської практики, виходячи з особливостей її розвитку за умов подальшої глобалізації та кризи сучасної ортодоксії.

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. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп. / пер. с англ. – М.: Прогресс, 1966. – 462 с.
5. Мунтіяна В.І. Інформаціонна парадигма. – Київ: Издательство "КВІЦ", 2006. – 632 с.
6. 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.
7. Стиглиц Д.Ю. Ревущие девяностые. Семья развала. – М.: Современная экономика и право, 2005. – 424 с.
8. Стоунер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // Новая технократическая волна на Западе / Сост. и вступ. статья П.С. Гуревича. – М.: Прогресс, 1986. – С. 392 – 409.
9. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України: В 3 т. – Т. 1. / За ред. акад. НАН України В.П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б.Є. – К.: Фенікс, 2007. – 544 с.
11. Тоффлер Э. Третья волна. – М.: ООО "Фирма "Издательство АСТ", 1999. – 784 с.
12. Чухно А.А. Институционально-информационная экономика: учебник / А.А. Чухно, П.М. Леоненко, П.І. Юхименко; за ред. акад. НАН України А.А. Чухна. – К.: Знання, 2010. – 687 с.
13. Юзвизин И.И. Информациология / И.И. Юзвизин. – 4-е изд. – М.: Радио и связь, 1996. – 220 с.

Надійшла до редколегії 14.04.11

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ МЕРЕЖЕВОЇ ЕКОНОМІКИ

Проаналізовано об'єктивні передумови формування, функціонування та розвитку мережевої економіки, її головні ознаки на основі різних теоретико-методологічних підходів до аналізу.

Ключові слова: мережева економіка, мережеві ефекти, інформаційне суспільство, мережеві структури.

Проанализированы объективные предпосылки формирования, функционирования и развития сетевой экономики, ее основные признаки на основе разных теоретико-экономических подходов к анализу.

Ключевые слова: сетевая экономика, сетевые эффекты, информационное общество, сетевые структуры.

Is analyzed the objective prerequisites for the formation, operation and development of the network economy, its main features based on various theoretical and methodological analysis approaches.

Keywords: the network economy, network effects, informational society, network structures.

Наприкінці XX ст. проявилися певні ознаки суспільного життя, що стають домінуючими у наступному столітті, а саме формування мережевої економіки. Електронна інфраструктура фондового та грошового ринків створила умови для переорієнтації на індивідуального інвестора, який отримав такий самий доступ до інформації, що й професійний брокер. Це викликало появу та бурхливий розвиток Інтернет-брокерських компаній. Зростання числа індивідуальних інвесторів, чиї гроші на фондовому ринку є, головним чином, спекулятивними, викликав попит на ризиковані активи компаній, які створилися, що створило передумови для нестабільності на даному ринку.

Охопила мережа і комерційну діяльність, що проявилася у створенні глобальних мереж електронної торгівлі, зростанні продажу товарів онлайн. Змінилася доставка товарів, виникла потреба в електронному маркетингу, рекламі, онлайн-ових платежах.

Про інформаційну революцію, інформаційне суспільство, інформаційну економіку почали казати ще у 70-ті рр. XX ст., зокрема Е. Тофлер, Р. Дрюкер. Проте сучасні дослідження у розвитку глобальних інформаційних і комунікаційних технологій привели до формування глобального електронного середовища для економічної діяльності, що, у свою чергу, відкрило нові можливості для організації соціально-економічної діяльності людини.

Дослідженню економіки з позицій її мережевої природи присвячені роботи таких західних вчених як Р. Вайбер, Б. Де Лонг, М. Кац, К. Келлі, Г. Салонер, К. Шапіро, Дж. Фаррелл та ін. Питання формування та розвитку мережевої економіки аналізують такі російські дослідники як В. Аршинов, Ю. Данилов, В. Матюшок, С. Парінов, Р. Цвилев, Т. Яковлева та ін. В Україні проблемам становлення інформаційної та мережевої економіки присвячені праці В. Базилевича, А. Гриценка, А. Маслова, А. Чухна та ін.

Проте зміни, що відбуваються в сучасному суспільстві, демонструють випередження "практики" від "теорії", оскільки не сформульовані відповіді на базові питання, а саме: якими є теоретична модель функціонування, поведінка людини, форми і методи спільної діяльності людей у мережевому суспільстві.

Метою статті є систематизація досліджень щодо об'єктивних передумов формування, функціонування та розвитку мережевої економіки, її головних ознак на основі різних теоретико-методологічних підходів до аналізу.

Базис сучасного інформатизаційного суспільства, на думку багатьох вчених, складає мережева економіка (networked economy), яка досить часто згадується зі словом "глобальна" [1, 2]. Визначення поняття "мережева економіка" на сьогодні не є однотайним. Поруч із такою назвою використовуються також "інформаційна економіка", "економіка прямих рівноправних зв'язків" тощо. У доповіді, яка підготовлена Європейською Комісією, глобальна мережева економіка визначається як

середовище, у якому будь-яка компанія або індивід, що знаходяться у будь-якій точці економічної системи, можуть контактувати легко та з мінімальними витратами з будь-якою іншою компанією або індивідом з приводу спільної роботи, для торгівлі, для обміну ідеями та ноу-хау або просто заради задоволення [3]. Р.І. Цвилев пов'язує виникнення мережевої економіки із розвитком інформаційних технологій, що призводить до еволюції сучасних економічних систем, розвитку неринкових механізмів регулювання та мережених організаційних структур [4, с.136]. В.М. Матюшок визначає мережеву економіку "як форму економічної діяльності, яка базується на глобальному електронному середовищі із переважанням у якості найважливіших елементів продуктивних сил знань й інформації та прискореній динаміці між попитом та пропозицією" [1]. С.І. Парінов зазначає, що терміном мережева економіка прийнято називати стан економіки, який вникає, коли інфраструктура, що обслуговує функціонування економіки певної країни або групи країн, заснована на використанні Інтернет-технологій, при цьому змінює властивості як економічна система взагалі, так і її окремі елементи [5, с. 11].

На думку С.І. Парінова та Т.І. Яковлевої посилюють позиції мережевої економіки наступні процеси:

- розвиток та розповсюдження Інтернет-технологій;
- перенесення в електронне середовище мереж Інтернет різних видів соціально-економічної діяльності;
- перетворення традиційних організацій у мережеві структури;
- створення мережевих варіантів "горизонтальних" економічних структур, які обслуговують різноманітні організації в економіці [6].

До найважливіших умов становлення мережевої економіки відносять, перш за все, формування у 1980–1990 рр. п'ятого технологічного укладу, де провідні позиції займають найновіші комп'ютерні та інформаційні технології, засоби космічного зв'язку, засоби телекомунікації, оптичні волокна, роботобудування, керамічні вироби, банки даних, інформаційні послуги. Провідні позиції серед найбільш потужних ТНК займають корпорації "Майкрософт", "Інтел", де головними стратегіями розвитку стають експансія творчої діяльності, створення умов для вдосконалення людини у межах його професійної діяльності, розвиток його творчих здібностей.

Німецький дослідник мережевої економіки Р.Вайбер визначає, що у сучасному циклі Н.Кондратьєва інформацію, як базисну інновацію, слід розглядати в якості основи економічного зростання, а цифрову і комп'ютерну техніку – як ядро інновації під загальною назвою "інформаційна техніка" [7]. Можливість створення інформаційної техніки обумовлена постійною довгостроковою тенденцією підвищення продуктивності праці у мікроелектроніці, що обумовлено законами Х. Гроша та

Г. Мура, а також комунікаційної техніки, що підтверджується законами Дж. Гілдера та Г. Хантлі.

Саме телекомунікація має провідне значення у створенні галузевої та міжнародної інфраструктури, особливо Інтернету, слугує базою для мережевого поєднання технологій. За допомогою інновативної та високопродуктивної телекомунікаційної інфраструктури у поєднанні із широкою пропозицією телекомунікаційних послуг досягається гарантія, що фірми будуть конкурентоспроможними на світових ринках. Комунікаційний ринок стає провідним у розвитку економічної системи, позбавляючи цієї функції автомобільну промисловість.

К Келлі запропонував 12 нових особливостей (правил) сучасного економічного середовища, які, на його думку, означають, що мережева економіка є реальністю, яку треба враховувати у практичній діяльності [8]. Наведемо деякі з них.

1. У мережевій економіці цінність продуктів витікає з їх багато чисельності. Ця риса мережевої економіки суперечить фундаментальним аксіомам епохи індустріальної економіки: 1) цінність пов'язана з рідкістю; 2) чисельність речей зменшує їх цінність.

2. Цінність участі у мережевій економіці зростає експоненціально від зростання числа учасників.

3. Будь-яке експоненціальне зростання має "точку зламу", після якої зростання бізнесу, виробництва або самої мережі перетворюється у лавиноподібну подію. Властиві мережевій економіці низькі постійні витрати, неістотні граничні витрати й швидке розповсюдження продукції зменшують часовий інтервал, який зазвичай потребується пройти до початку бурхливого зростання в індустріальній економіці.

4. Головним законом роботи мережі є закон зростаючої віддачі. Проте, на відміну від індустріальної економіки, де зростання віддачі є результатом зусиль окремих компаній, яким і належать всі вигоди від цього, мережеве зростання віддачі створюється всією мережею й розподіляється у ній між усіма, хоча може бути й нерівномірно.

5. Відсутність чіткого центру та чітких меж, що властиво мережам, супроводжується ентузіазмом користувачів по відношенню до відкритої архітектури і впливає на переміщення фокусу діяльності компаній із максимізації внутрішнього прибутку на максимізацію інфраструктури в цілому.

6. Мережева економіка повинна балансувати на межі хаосу та самооновлення. Її зворотнім боком буде постійне відмирання індивідуальних компаній, які старіють та відстають, а також стрімке заміщення форм і видів робіт у зайнятих. Завданням мережевої економіки буде демонтаж індустріальної економіки та створення гнучкої мережі нових організацій і нових форм організацій.

Сучасні дослідники єдині у думці, що ознакою мережевої економіки є наявність мережевих зовнішніх ефектів – це додаткові переваги, які отримують нові споживачі певного продукту або послуги внаслідок того, що тим самим продуктом / послугою користується велика кількість інших споживачів. Відокремлюють прямі та непрямі мережеві ефекти. Прямі пов'язані із збільшенням цінності продукту при зростанні числа його користувачів. Непрямі ефекти пов'язані із розвитком комплементарних ринків.

Тематика мережевих зовнішніх ефектів почала розроблятися західними економістами з початку 1970-х років, на основі дослідження ринку телефонного зв'язку [9]. Один із засновників Ethernet, пакетної технології передачі даних переважно локальних комп'ютерних мереж, Р. Меткалфом вивів закон, який стверджує, що цінність мережі зростає пропорційно квадрату її ко-

ристувачів [10]. Тому головним завданням компанії, що працює на ринку з мережевими ефектами, є залучення користувачів для досягнення критичної маси.

Після публікації робіт М. Катца та К. Шпіро "Мережеві зовнішні ефекти, конкуренція і сумісність" [11], а також Д. Фарелла та Г. Салонера "Стандартизація, сумісність та інновації" [12] та інших робіт, у науковий обіг увійшла теорія мережевих зовнішніх ефектів.

Головні питання, що розглядаються у межах даної теорії, можна поділити на три групи проблем. По-перше, встановлення рівноваги на ринку з мережевими ефектами (використання переваг першого кроку, досягнення критичної маси). По-друге, вибір фірм щодо сумісності продукції (ліцензування, одностороннє чи обумовлені адаптери). По-третє, створення нової технології та вибір стандарту (надмірна інертність та поспіх у прийнятті рішень, координація рішень фірм щодо прийняття технології) [13].

Математичне моделювання рівноваги на ринках з мережевими ефектами будується на елементах мікро-економічної теорії (класична схема оптимізації виробництва), економіки галузевих ринків (моделі недосконалої конкуренції та стратегічної поведінки фірм) та інституційної економіки. Математичний інструментарій включає в себе математичний аналіз (теорія умовного екстремуму, теорія визначених інтегралів), елементи теорії матричних ігор, основи економетрики.

У традиційних моделях мережевих ефектів використовується функція корисності, що враховує вплив мережевих ефектів виду $r + v(y_e)$, де $v(y_e)$ – оцінка покупцем мережевих зовнішніх ефектів споживання товару при очікуваному розмірі мережі y_e , а r – оцінка споживачем у відсутності мережевих ефектів або базова оцінка. Такий вигляд функції корисності був запропонований у статті М. Катца та К. Шапіро [11]. У базових моделях також вноситься припущення про лінійність попиту.

Часто використовується модифікація цього підходу, яка описана К.Шапіро та Х.Веріаном [14]. За їх підходом функція $v(y_e)$ має параболическу форму (тобто, функція не є постійно зростаючою). Таким чином, ця модель включає можливість існування від'ємних мережевих ефектів, що значно розширює можливості моделей та дозволяє розраховувати оптимальну ціну, обсяг товару та прибуток фірми. Внаслідок цього вводять такий термін як "перенаселеність мережі".

Більшість теоретичних підходів використовує аналіз рівноваги щоб пояснити такі феномени, як входження фірми на ринки з мережевими ефектами, неспроможність механізму ринку забезпечити конкуренцію між постачальниками товарів та послуг, нестабільність ринків мережевих ефектів [13]. Головними результатами таких досліджень є наступні:

- у багатьох випадках існування мережевих ефектів призводить до Парето- неоптимальних результатів на ринку;
- існування додатних мережевих ефектів з боку попиту унеможливорює встановлення загальної рівноваги, виникає монополізація ринку з одним стандартом, який домінує на ньому;
- декілька несумісних технологій дуже рідко можуть співіснувати і швидко переходять до одного домінуючого стандарту;
- високі бар'єри входження на ринок нових фірм запобігає прийняттю навіть кращого за існуючий продукт, тому що жоден агент не хоче брати на себе непропорційно високий ризик бути першим, хто прийняв новий стандарт;

• дану проблему можна подолати під час "надлишкового моменту" (excess momentum), коли фірма використовує низькі ціни у початкові періоди розповсюдження стандарту задля того, щоб залучити критичну кількість споживачів, проте це не гарантує соціальної оптимальності.

Одне з найважливіших питань, які прагнуть розв'язати шляхом побудови теоретичних моделей: чи потрібно замінити політику невтручання уряду на централізований контроль для забезпечення найкращого розповсюдження технологій, які мають мережеві ефекти.

Проте, незважаючи на те, що традиційні моделі зробили значний внесок для розуміння широкого спектру часткових проблем, які пов'язані з розповсюдженням стандартів, вони неспроможні пояснити феноменологічну різноманітність розповсюдження у сучасних ринках ІКТ, що динамічно розвиваються. Дослідження мережевих ефектів у достатньо загальному вигляді не враховують різноманітні якості та відмінності у характері таких ринків, як: цифрового телебачення, мобільних телефонів, офісного програмного забезпечення, Інтернет браузерів і т.д. Це зумовлює необхідність розглядати кожний розглядати кожний ринок окремо та робити узагальнення моделей для всіх ринків, на яких спостерігаються мережеві ефекти.

Окремо виділяють кластер неокласичних моделей, які розглядають дії кожного агента як функцію від моменту часу, у який відбувається дія, та від інформації, якою володіє агент. Фактично, даного роду моделі відкидають концепцію повної раціональності поведінки агентів та досліджують індивідів, які здатні до розвитку, та еволюційні системи загалом.

Загальним результатом більшої частини побудованих моделей є Парето-неоптимальні результати процесу стандартизації, незважаючи на те, що емпіричні дані спростовують цей факт. Зокрема Т. Вейцель, О. Вендт та Ф. Вестарп вважають, що це є результатом припущень, на яких базується класична та неокласична теорії та вказують на необхідність побудови моделі, яка б могла об'єднати методологічні аспекти обох підходів. Основні вимоги до даної моделі:

- моделювання знання та непевності, обмеженої раціональності, оскільки, у більшості випадків, користувач вибирає, до якої мережі приєднатися, спираючись на інформацію щодо розміру мережі, якою він володіє.
- розгляд еволюційної динамічної системи, тобто такі, що розвиваються за певними законами з часом.
- розгалуження мереж, що має враховувати можливе роздрібнення мережі або навіть її зникнення.
- врахування неподільності товарів та послуг.
- врахування соціальної взаємодії між користувачами даного блага [13].

Таким чином, до базових умов формування нової мережевої економіки, на нашу думку, слід віднести:

- формування п'ятого та шостого технологічних укладів, де провідні позиції займають найновіші комп'ютерні та інформаційні технології;
- постійна довгострокова тенденція підвищення продуктивності праці у мікроелектроніки, що обумовлено законами Х. Гроша та Г. Мура, а також комунікаційної техніки, що підтверджується законами Дж. Гілдера та Г. Хантлі;
- розвиток та розповсюдження Інтернет-технології;
- зменшення трансакційних витрат на основі розвитку технологій;
- додаткові переваги, які отримують нові споживачі певного продукту або послуги внаслідок того, що тим самим продуктом / послугою користується велика кількість інших споживачів, тобто мережеві ефекти;
- розвиток інфраструктури економічної діяльності.

Всі перераховані вище чинники *створили передумови для формування нових організаційно-економічних та соціально-економічних відносин мережевої економіки*. Цьому сприяли наступні процеси:

1) формування онлайн-товариств на основі переносу людьми їх інформаційної активності та взаємодії в онлайн;

2) створення мережевих організацій, що обумовлено виникненням або перенесенням різних організаційних утворень в онлайн-товариства;

3) виникнення мережевої інфраструктури та мережевого механізму координації.

Це призвело до якісно нової форми економічного порядку, який починає виштовхувати ієрархічні та ринкові форми з обслуговування економічних відносин у суспільстві, формуванню мережевих форм організації на різних рівнях економіки, зокрема, на мікрорівні – це виникнення глобальних компаній; на мезорівні – глобальних ринків.

При створенні нових мережевих форм організації, а також при модернізації існуючих, розробники, як правило, орієнтуються на такі потенційні переваги. По-перше, економія на переміщеннях. Прийнятні (для рівня доходів у розвинутих країнах) витрати на підключення до мережі Інтернет практично з будь-якої точки зробили можливим зменшення факторів, які обмежують спільну діяльність учасників різного географічного положення. Використання даного фактору у великих міжнародних корпораціях дозволяє їм економити кошти на переміщення співробітників між офісами, а також за допомогою мобільного зв'язку підтримувати зв'язок із замовниками та постачальниками ресурсів. По-друге, внутрішньофірмовий інформаційний простір, що дозволяє зменшити витрати на формування та підтримку внутрішнього інформаційного середовища організації. По-третє, колективне формування інформаційних ресурсів, оперативна інформація про ситуацію в фірмі, можливість впливати на ситуацію та вносити свій внесок у її обговорення, уточнення та вирішення проблем. По-четверте, покращення внутрішньофірмової координації.

Глобальні електронні мережі підготували умови для перебудови на якісно новій основі не лише внутрішньофірмового управління, але й створили підґрунтя для переходу від ієрархічних та ринкових систем управління до прямих горизонтальних зв'язків.

Мережева економіка відрізняється від економіки, які притаманні ринкові та ієрархічні форми. Б. Де Лонг та М. Фрумкін стверджують, що сучасні технології починають підривати властивості, які роблять "невидиму руку" ринкової системи ефективним засобом для організації виробництва та розподілу продукції [15, с. 2]. У першу чергу це стосується трьох основ ринкової системи: 1) виключність, яка розуміється як здатність продавців змусити споживачів стати покупцями; 2) суперництво, як наявність виробників, що виробляють одну й ту ж саму операцію з різними витратами; 3) прозорість, яка означає, що індивіди розуміють свої потреби та засоби їх задоволення, які є у продажу, тобто вони усвідомлюють що хочуть придбати.

На відміну від цього, у мережевій економіці власник товару не в змозі простими та дешевими способами виключити конкурентів зі свого сегменту, тобто електронні можливості тиражування та доставки продукції практично повністю знищують "виключність". "За відсутності виключності ... потенційні споживачі (учасники ринку) втрачають ефективний спосіб дати знати ринковій системі наскільки сильним є їхній попит і на що конкретно він спрямований" [15, с. 4].

"Змагальність" також втрачає свою обов'язковість у мережевій економіці, оскільки гранична вартість тиражування "цифрової" продукції стає близькою до нуля й

тому зникають конкурентні розбіжності між продавцями за їхні витрати щодо обслуговування додаткових замовлень. Тому стає недосяжною "конкуренція з метою обмеження проявів приватної економічної потужності, віддача від інвестицій і трудових зусиль у відповідності з доданою соціальною цінністю, достатність стимулів для інновацій і розвитку нових продуктів" [15, с. 5].

Мережева форма організації взаємодії призводить до того, що:

- зменшується потреба в ієрархічних управлінських структур, без посередництва яких до сих пір неможливо було організувати спільну роботу великої кількості людей;
- соціальний статус учасників економічних відносин перестає бути вирішальним чинником, що визначає їх поведінку;
- підвищується швидкість вирішення практично всіх питань, витрати на отримання результатів не зростають, а значно скорочуються [16, с. 2-3].

Ці аргументи дають підстави для передбачення серйозних соціально-політичних змін у найближчі часи. Мережа, на думку фахівців, виступає більш ефективним, ніж держава, організатором взаємодії, а це означає, що й кращим гарантом свободи, що вже існує та може надаватися, зокрема, свобода від державної бюрократії, а також набувати все більш інтернаціонального характеру [16, с. 4-5].

Таким чином, розвиток телекомунікацій, мікроелектроніки та Інтернет технологій створюють матеріальні основи для формування базових умов мережевої економіки, внаслідок чого виникають і розвиваються нові організаційно-економічні та соціально-економічні відносини, що знайшло свій прояв у створенні глобальних фірм, глобальних ринків, а також це дає підстави для очікування соціально-економічних змін у суспільстві як окремих країн, так і світової системи в цілому.

1. Матюшок В.М. Сетевая экономика и глобализация экономической деятельности [Електронний ресурс] // Информационное общество. – 1999. – Бін.6. – с. 46-47. – Режим доступу: <http://www.emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/9110fab3528decc7c3256904002a0ef>.
2. Дятлов С.А. Принципы информационного общества [Електронний ресурс] // Информационное общество. – 2000. – Бін.2. – с. 77-85. – Режим доступу: <http://www.emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/34a0170934d95e29c32569e5004d664>.
3. Status Report on European Telework: "Telework 1997" // The European Commission, DGXIII-B, Rue de la Loi 200, B-1049 Brussels, Belgium European Commission Report, 1997 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eto.org.uk/twork/tw97eto/>.
4. Цвылев Р.И. Постиндустриальное развитие. Уроки для России. – М.: Наука, 1996. – 206 с.
5. Паринов С.И. К теории сетевой экономики. – Новосибирск: ИЗОПП СО РАН, 2002. – 168 с.
6. Паринов С.И., Яковлева Т.И. Экономика 21 века на базе Интернет-технологий [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rves.ieie.nsc.ru/parinov/economy21.htm>.
7. Вайбер Р. Эмпирические законы сетевой экономики // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 3. – с. 87.
8. Kelly K. New Rules for the New Economy // WIRED. – September, 1997 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wired.com/wired/5.09/newrules.html>.
9. Rohlfs J. A Theory of Interdependent Demand for a Communications Service // J. Rohlfs // Bell Journal of Economics and Management Science. – 1974. – Vol. 5. N1. – P. 16-37.
10. Metcalfe R. M. Ethernet: Distributed Packet Switching for Local Computer Networks / R M. Metcalfe, D. R. Boggs // ACM Communications. – 1976 – №19(5). – p. 395-404.
11. Кац М.Л. Сетевые внешние эффекты, конкуренция и совместимость / Кац М.Л., Шапиро К. // Вехи экономической мысли: т.5. Теория отраслевых рынков / Пер. с англ. под общ. ред. А. Г. Слущкого. – СПб.: "Экономическая школа", 2003. – С. 501-535.
12. Farrell J., Saloner G. Standardization, compatibility, and innovation // J. Farrell, G. Saloner // Rand Journal. – 1985. – N16. – P. 70-83.
13. Weitzel T. Reconsidering Network Effect Theory [Електронний ресурс] / T. Weitzel, O.Wendt, F. V.Westarp // Proceedings of the 8th European Conference on Information Systems 2000 Conference. – 2000. – July 3-5. – Vienna, Austria. – P. 484-491. – Режим доступу: <http://www.wi-frankfurt.de/publikationen/publikation143.pdf>.
14. Shapiro C. Information rules: a strategic guide to the Network economy / C.Shapiro, H. Varian. – Harvard Business Press, 1989. – 352 p.
15. De Long B. J., Froomkin A. M.. The Next Economy [Електронний ресурс]. – April 1997. – Режим доступу: <http://www.law.miami.edu/~froomkin/articles/newecon.htm>.
16. О некоторых социально-политических последствиях становления сетевой структуры общества [Електронний ресурс] // Аналитический вестник Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. – 2002. – № 17 (173). – Режим доступу: <http://www.council.gov.ru>

Надійшла до редколегії 15.04.11

УДК 338.24:004.9

Г. Черноус, канд. экон. наук, доц., В. Зубко, студ.

ІНФОРМАЦІЙНА МОДЕЛЬ ОПЕРАТИВНОГО АНАЛІЗУ ПРОДАЖІВ КОМПАНІЇ

У статті розглядаються питання, пов'язані зі створенням інформаційної моделі для оперативного аналізу корпоративних даних як моделі прийняття рішень, що ґрунтується на візуалізації. Реалізовано консолідацію даних та проведено процедури аналізу з використанням SAP BusinessObjects.

Ключові слова: інформаційна модель, дані, сховище даних, оперативний аналіз, SAP BusinessObjects.

В статье рассматриваются вопросы, связанные с созданием информационной модели для оперативного анализа корпоративных данных как модели принятия решений, базирующейся на визуализации. Реализована консолидация данных и проведены процедуры анализа с использованием SAP BusinessObjects.

Ключевые слова: информационная модель, данные, хранилище данных, оперативный анализ, SAP BusinessObjects.

The article deals with the problems of creation of information model for the operative analysis of corporate data as decision support model, based on visualization. Consolidation of data is realized and procedures of analysis are conducted with SAP BusinessObjects.

Keywords: information model, data, Data Warehouse, operative analysis, SAP BusinessObjects.

Останніми роками широкого розповсюдження набув інформаційний підхід до моделювання економічних систем, орієнтований на використанні даних, що характеризують досліджуваній об'єкт. Моделі, одержані за допомогою інформаційного підходу, враховують специфіку модельованого об'єкта, що є дуже важливим для аналізу бізнес-процесів. Тому саме на інформаційному підході ґрунтуються більшість сучасних промислових технологій та методів аналізу даних: Knowledge Discovery in Databases (KDD), Data Mining (DM) тощо.

Концепція "моделей від даних" потребує ретельного підходу до якості початкових даних, оскільки помилкові, аномальні та зашумлені дані можуть призвести до моделей та висновків, що не мають жодного стосунку до дійсності. Самий найдосконаліший метод сам по собі не дасть відповідного результату, оскільки критичною ви-

являється якість початкових даних. Тому в інформаційному моделюванні важливу роль відіграє консолідація даних, їх очищення та збагачення.

Дані, що накопичуються на підприємствах і в організаціях (бізнес-дані), мають низку особливостей: вони рідко збираються спеціально для розв'язання задач аналізу; містять помилки, аномалії, суперечності, пропуски; обсяги збережених даних дуже великі з точки зору аналізу. До того ж вони розміщені в різних базах, інформація зберігається в автономних системах, велика кількість даних заноситься не в облікову систему, а в офісні додатки, різні СУБД, ERP-системи. Частина даних надходить з систем електронно-касових терміналів тощо. Зазначені особливості впливають як на сам процес аналізу, так і на підготовку і систематизацію даних.

Ефективність діяльності компанії значно залежить від якості використовуваної інформації. Менеджери зацікавлені в скороченні витрат, підвищенні ефективності та наданні персоналу допомоги в прийнятті обґрунтованих рішень через постачання потрібної їм достовірної та актуальної інформації.

Більшість сучасних компаній є територіально розподіленими структурами, в яких використовується великий спектр інформаційних систем. Ці слабко пов'язані між собою програми не дають можливості оперативно аналізувати ситуацію в компанії в цілому.

Отже, перед ними, перш за все, постає завдання консолідувати дані, причому потрібно не просто завантажити їх в одну базу, а уніфікувати, очистити, стандартизувати. Після цього можна проводити поглиблений аналіз ситуації, використовуючи своєчасну, достовірну інформацію для підвищення якості прийнятих рішень і дослідження поведінки споживачів, партнерів, конкурентів.

До особливостей інформаційного моделювання економічних процесів нині прикута значна увага науковців. Це пов'язано з потужними можливостями сучасних аналітичних технологій, які дозволяють перетворювати дані в інформацію для підтримки прийняття управлінських рішень. При цьому можна виділити три основні напрями досліджень: розвиток ідеології інформаційного моделювання (об'єкти, алгоритми тощо) [6, 7]; реалізація статистичних методів та моделей для інтелектуального аналізу даних [1, 3, 5, 8]; інструментальна підтримка процесу побудови моделей на основі інформаційного підходу [2, 9].

Процес одержання з даних знань у вигляді залежностей, правил, моделей, зазвичай подають у вигляді низки етапів, таких як вибірка даних, їх очищення та трансформація, моделювання і інтерпретація одержаних результатів [5]. Однак для того, щоб отримати нові знання про досліджуваний об'єкт, не обов'язково будувати складні статистичні моделі. Часто достатньо "подивитись" на дані в потрібному вигляді, щоб зробити певні висновки або висунути припущення про характер залежностей в системі. Це допомагає реалізувати візуалізація, видами якої виступають таблиці, діаграми, гістограми, багатовимірні куби, карти, проекції, зрізи тощо.

Кожна вдала спроба побудувати інформаційну модель так, щоб забезпечити найбільш ефективну допо-

могу штучного інтелекту управління, подати інформацію у вигляді, зручному для сприйняття людиною, демонструє спосіб видобування з даних закономірностей і знань, стає кроком до розв'язання проблеми ефективної підтримки процесу прийняття рішень. Незважаючи на унікальність кожної отриманої моделі, такий підхід показує шлях до одержання знань, які можна надалі тиражувати, пристосовуючи до нових даних.

Метою даної роботи є побудова інформаційної моделі для оперативного аналізу даних компанії як моделі прийняття управлінських рішень, що ґрунтується на візуалізації. Досягнення такої мети реалізовано через консолідацію даних та проведення процедур аналізу з використанням програмного рішення для бізнес-аналітики SAP BusinessObjects [4].

Аналітична платформа SAP BusinessObjects має цілу низку потужних і водночас зрозумілих за інтерфейсом інструментів, з яких користувачі можуть вибрати ті, які їм потрібні для розв'язання функціональних завдань (рис.1). Демонстрація поєднання можливостей платформи і творчого потенціалу аналітика також є метою роботи, оскільки пересвідчує ефективну підтримку процесу прийняття управлінських рішень.

В якості об'єкта дослідження розглядається торговельна компанія. Для формування конкретних і виважених управлінських рішень щодо продажу продукції (виявлення перспективних видів продукції (товарів), завантаженості торговельних точок тощо) керівництво компанії має запровадити систему аналітичної оперативної звітності.

Для отримання повної і точної інформації про стан продажів компанії необхідно провести консолідацію основних даних з різномірних джерел, уніфікувати подання інформації, обробити дані, розрахувати основні показники для аналітики продажів. Постійно зростаючий попит на високоякісну бізнес-інформацію означає, що поряд з інтегрованим процесом збору даних необхідною стає наявність мультимедійних опцій подання інформації. Запорукою успішної інтерпретації отриманих результатів має стати досконала візуалізація цих показників: різномасштабні звіти та аналітичні панелі, що відображають динаміку продаж. Висновки, зроблені особами, що приймають рішення, на основі представленої інформації і стануть результатом проведення аналізу.

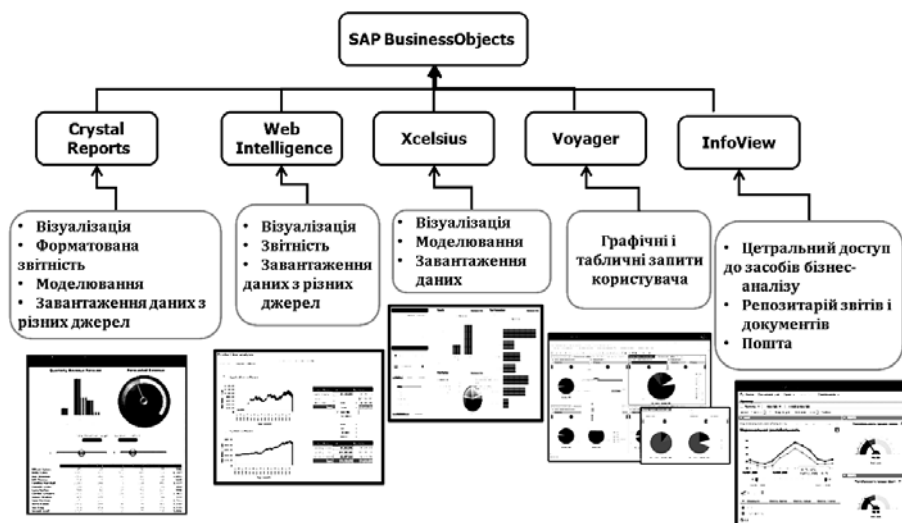


Рис.1. Компоненти платформи SAP BusinessObjects та їх функції

*Джерело: Складено авторами за матеріалами [4]

Цінність та достовірність знань, одержаних в результаті реалізації різних підходів інтелектуального аналізу бізнес-даних, залежить не стільки від ефективності використовуваних аналітичних методів та алгори-

змів, скільки від того, наскільки вірно відібрані та підготовані початкові дані для аналізу.

Консолідація даних є початковим етапом реалізації будь-якої аналітичної задачі. В основі консолідації ле-

жить процес збору та організації зберігання даних у вигляді, оптимальному з точки зору їх обробки на конкретній аналітичній платформі. В процесі консолідації даних розв'язуються наступні задачі: вибір джерел даних; розробка стратегії консолідації; оцінка якості даних; збагачення; очищення; перенесення до сховища даних (СД).

Отже, консолідація даних є складною багатокроковою процедурою та найважливішою складовою аналітичного процесу, що забезпечує високий рівень аналітичних рішень (рис.2).

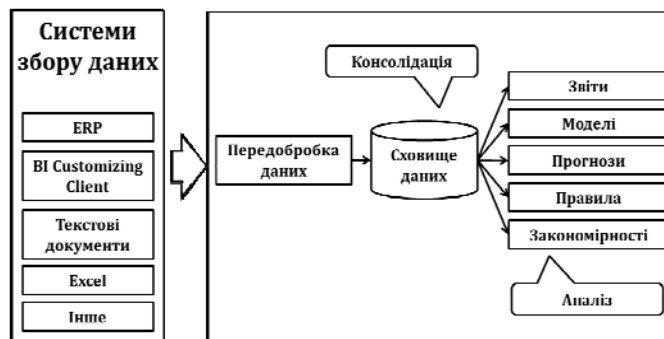


Рис.2. Схема аналітичного процесу в SAP BusinessObjects

*Джерело: Складено авторами за матеріалами [2, 5, 8]

Видобування даних з різнотипних джерел та перенесення їх до СД з метою подальшої аналітичної обробки пов'язані з низкою проблем: початкові дані розташовані в джерелах самих різноманітних типів і форматів, створених в різних додатках; дані в джерелах зазвичай надто деталізовані; початкові дані містять різні фактори, які заважають їх коректному аналізу. Тому для перенесення початкових даних з різних джерел в СД потрібно використовувати інструментарій ETL, який дозволяє видобувати дані з джерел різного формату, перетворювати їх до єдиного формату, що підтримує СД, а при необхідності – здійснювати очищення даних від факторів, що заважають коректно виконувати їх аналітичну обробку. В процесі перетворення даних в рамках ETL найчастіше виконуються наступні операції: перетворення структури даних; агрегування даних; переведення значень; створення нових даних; очищення даних.

У проектованій моделі при організації СД дані по закупівлям і постачанню товару завантажуються з ERP-системи. Відповідні бізнес-процеси супроводжуються великим обсягом інформації, використання якої при

проведенні цільового аналізу може виявитися складним. Тому на початкових етапах необхідно провести їх очищення і технічну та семантичну підготовку (гомогенізацію), після чого завантажити необхідні дані по менеджерах з файлів MS Excel, статистику по касирах, зняту з касових апаратів, дані по фінансовим показниках з зовнішньої системи Assistant через файли *.csv.

Для створення СД використовувалась система SAP Business Information Warehouse (SAP BW), яка дозволяє аналізувати дані з оперативних систем SAP і інших бізнес-додатків і зовнішніх джерел даних, таких як бази даних, онлайн-сервіси та Інтернет. SAP BW, попередньо конфігурований з урахуванням основних сфер і процесів, дозволяє аналізувати пов'язані між собою дані по всіх сферах компанії.

Модель даних для аналізу продажів компанії побудована на основі OLAP-куба, в неї з різних систем будуть завантажуватися основні та транзакційні дані (рис.3). Куби забезпечують інтуїтивно зрозуміле для бізнес-аналітика подання інформації.

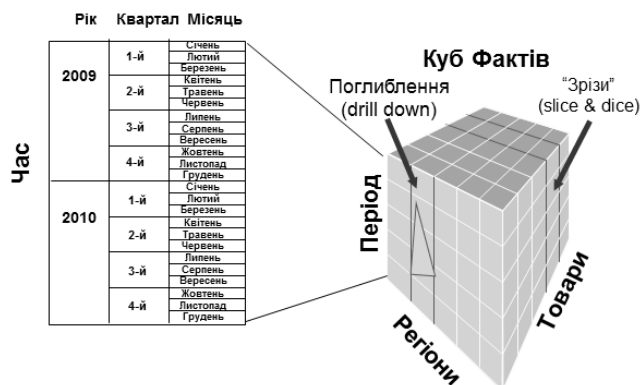


Рис.3. Представлення кубу фактів зі зрізами даних

*Джерело: Складено авторами за матеріалами [2]

Опис повної побудованої моделі даних про продажі дуже об'ємний і може значно відрізнятись в залежності від вимог до звітності. Необхідно зазначити, що в ній використовується низка ознак (атрибутів виміру), згрупованих у виміри. У таблиці фактів містяться основні показники продажів. Одержана багатовимірна модель має вигляд зірки (рис.4). Вона включає виміри (товар, мага-

зин тощо) з відповідними атрибутами і показники таблиці фактів (фактичні витрати, кількість продажів тощо).

Залежно від вихідних систем і типу базису даних, процес завантаження даних в SAP BW може здійснюватися з використанням різних технічних засобів.

На фазі розробки концепції, для отримання можливості подальшого перетворення даних за допомогою відпо-

відного інструменту, було забезпечено наявність в системі доступних джерел даних. Засобами різних компоне-

нтів SAP, що надають дані за допомогою екстракторів, розроблені моделі завантаження наступних даних:

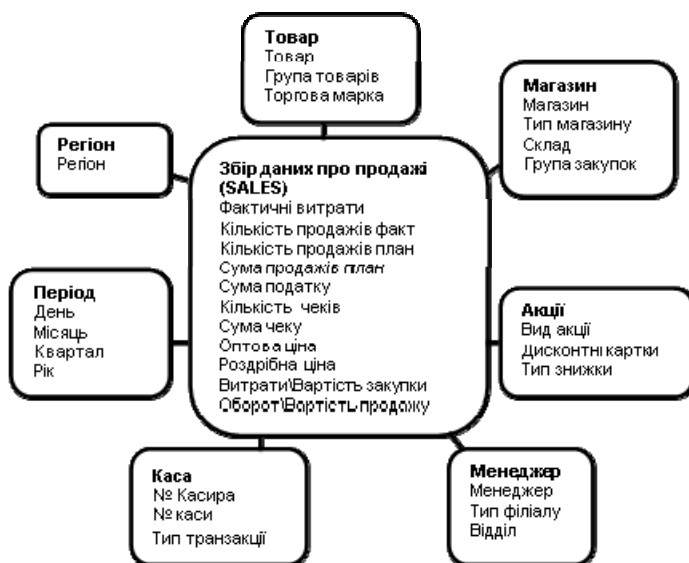


Рис.4. Схема багатовимірної моделі даних

*Джерело: Складено авторами за результатами досліджень

Плоскі файли: плоский файл у форматі .CSV автоматично зчитується за допомогою стандарту SAP BW. У моделі так реалізовано завантаження даних по фінансовим показниках.

Провайдери даних: вони надають дані, які вже мають відповідний для імпорту формат. Це реалізовано при завантаженні даних по касирам з системи BI Customizing Client.

Завантаження даних про закупівлі реалізовано через екстракцію із системи ERP. Для цього налаштовані відповідні джерела даних і правила оновлення в базовий куб.

Крім того, налаштоване з'єднання із зовнішньою системою Assistant, яка надає дані по постачанню.

В такий спосіб побудовано модель базового куба "Збір даних про продажі" в СД SAP BW та наповнено її даними.

Для завантаження даних були використані стандартні інструменти: DB Connect (для доступу безпосередньо до реляційних баз даних); Ascential DataStage (для завантаження даних із зовнішніх систем, перетворення цих даних в єдиний формат); RFC-з'єднання (для реалізації технології екстракції даних для підключення до системи ERP).

Потік даних у системі відображено на схемі (рис.5). Використовуючи створене СД, засобами SAP BusinessObjects може бути організоване стандартне з'єднання з OLAP-кубом і всі дані, завантажені в нього, стануть джерелом для створення будь-яких видів звітів та візуальних моделей.

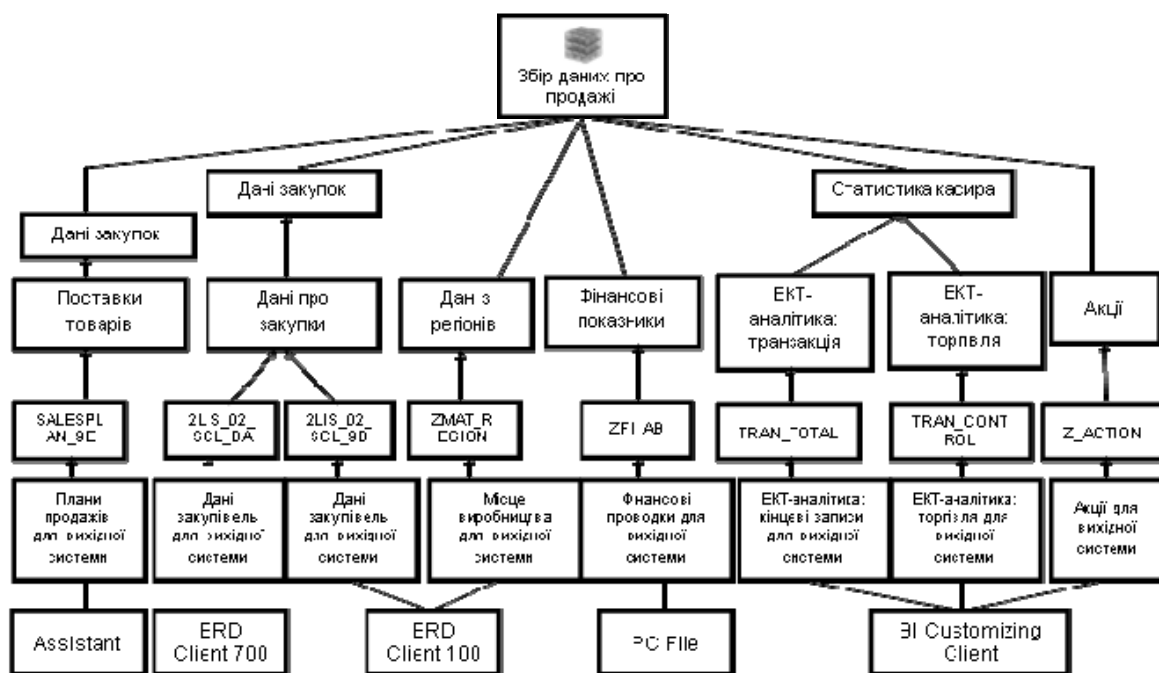


Рис.5. Схема потоку даних для консолідації

*Джерело: Складено авторами за результатами досліджень

Для розв'язання задачі аналізу продажів за регіонами було використано стандартне рішення SAP BusinessObjects, яке стосується "збагачення даних" з інших джерел прямо в середовище звітності, що зробило можливим реалізувати не лише агреговану звітність по регіонах України, а й створити звіти по окремих менеджерах.

В аналітичній звітності також корисним є ABC-XYZ аналіз – розподіл об'єктів (товарів, менеджерів) за стабільністю продаж та доходністю. В якості критерію аналізу розглядався обсяг продажів за регіонами; через ABC-аналіз продажів визначено товари, що найбільше і найменше користуються попитом покупців, при XYZ-аналізі товарні позиції було згруповано в залежності від стабільності продаж. Такий же аналіз був проведений і по торговельних точках регіонів. За результатами ABC та XYZ аналізу всі об'єкти обліку розташовані в ABC-XYZ матриці. Найбільше об'єктів (11 з 24) потрапило до групи CZ – нерентабельні об'єкти (Тернопільський, Херсонський, Хмельницький регіон тощо), також значна кількість об'єктів групи AZ (6 з 24) – об'єктів з найвпливовішими в межах компанії результатами діяльності і значною варіативністю.

Для візуалізації отриманих результатів засобами SAP BusinessObjects Web Intelligence Rich Client налаштовано низку основних звітів: загальний звіт з продажів, звіт по роботі sales-менеджерів, аналіз продажів по філіях, магазинах, торговельних майданчиках тощо. Використовуючи запити, можна створювати і візуалізувати різнопланові звіти, наповнені саме тією інформацією, яку вважає важливою і корисною особа, що приймає рішення.

Крім звітів, засобами SAP BusinessObjects Xcelsius створено аналітичні панелі (дешборди), що демонструють великий обсяг необхідних для аналізу даних в наочній формі. За допомогою умовної розмальовки особи, що приймають рішення, мають можливість відразу бачити як йдуть справи в тому чи іншому департаменті або, наприклад, оцінювати ринкові тренди (рис.6).

Результатом роботи з побудови інформаційної моделі стала консолідація даних з різних систем (приве-

дення до єдиного формату відображення, очищення від дублювання, збагачення за рахунок доповнення показників з різних систем необхідними ознаками і атрибутами); стиснення даних для забезпечення високоєфективного доступу (агрегація); створена основа для семантичного шару побудови звітності в SAP BusinessObjects; налаштовані аналітичні панелі для керівника.

Таким чином, розроблена модель високо інтегрована з іншими системами, що дуже важливо для всебічного аналізу даних. Дані представлені у зрозумілих для користувача термінах своєї предметної області. Звітність і візуалізація дають переваги в скороченні часу прийняття рішень по управлінню компанією, отже, з'являється можливість ефективно планувати, координувати і контролювати всі бізнес-процеси в ланцюжку продажів.

Взагалі, розробка і побудова корпоративного СД – дорога та трудомістка задача. Успіх впровадження СД багато в чому залежить від рівня інформатизації бізнес-процесів в компанії, сталих інформаційних потоків, обсягу і структури використовуваних даних, вимог до швидкості виконання запитів та частоті поновлення сховища, характеру розв'язуваних аналітичних завдань тощо.

З іншого боку, підхід до вирішення аналітики про продажі не через СД, а безпосередньо через аналітичну платформу теж можливий, але вимагає більше часу для налаштування, розробки, а потім підтримки семантичного шару даних. Крім того, актуальною залишається проблема зберігання дуже великого обсягу даних і підтримки їх в актуальному вигляді. Для реалізації завантаження актуальних даних в досліджуваному випадку використовується компонент Data Integrator, який є досить дорогим для середніх компаній. Тоді як, наприклад, СД SAP BW для клієнтів, які використовують SAP ERP, поставляється безкоштовно.

Інструментальною підтримкою процесу побудови моделей на основі інформаційного підходу виступають сучасні технології аналізу даних KDD та DM, а засобом побудови прикладних рішень в області аналізу – аналітичні платформи.

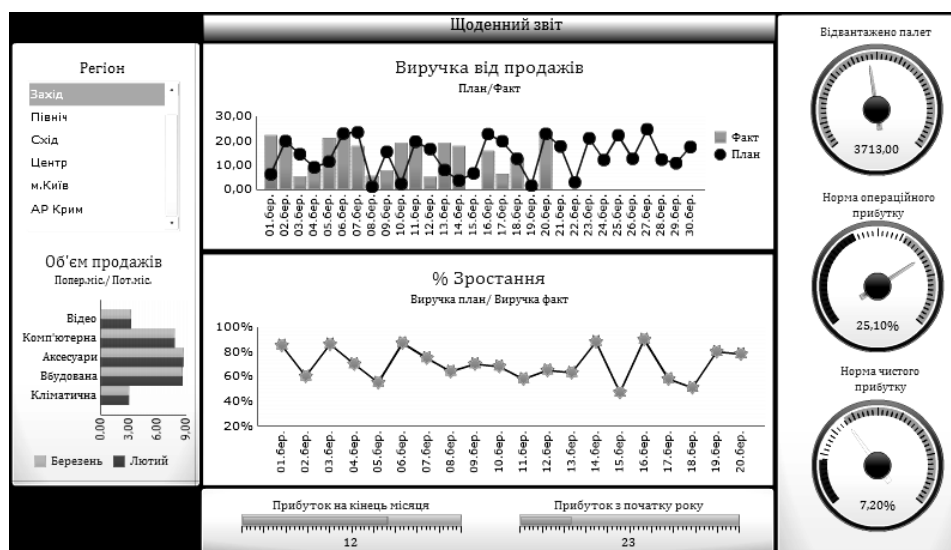


Рис.6. Приклад налаштованої аналітичної панелі для керівника

*Джерело: Складено авторами за результатами досліджень

Комп'ютерна підтримка прийняття управлінських рішень має бути розв'язана за допомогою розподілу функцій між комп'ютером і менеджером, коли комп'ютеру відводиться допоміжна роль, роль "підтримки", а голо-

вна роль належить людині. Для того, щоб забезпечити найбільш ефективну допомогу штучного інтелекту управлінцю, потрібно подавати інформацію у вигляді, зручному для сприйняття людиною.

Часто візуалізація даних наводить на креативні ідеї, які можна перевірити за допомогою різних методів інтелектуального аналізу; до одержаних результатів також застосувати методи візуалізації. В такий спосіб можна розвинути побудовану модель, видобути з даних закономірності і знання. Отримані в результаті реалізації моделі знання можна тиражувати, оскільки вони можуть бути пристосовані і до нових даних.

1. Андрейчиков А.В. Анализ, синтез, планирование решений в экономике [Текст]: учебник / А.В. Андрейчиков, О.Н.Андрейчикова. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 368 с. 2. Барсегян А. А. Технологии анализа данных. Data Mining, Visual Mining, Text Mining, OLAP [Текст] / А. А.Барсегян, М. С. Куприянов, В. В. Степаненко, И. И. Холод. – СПб: БХВ-Петербург, 2007. – 384 с. 3. Кричевский М.Л. Интеллектуальный

анализ данных в менеджменте [Текст]: учеб. пособие / М.Л. Кричевский. – СПб: СПбГУАП, 2005. – 208 с. 4. Офіційний сайт компанії SAP [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sap.com/cis/solutions/sapbusinessobjects/index.epx>. – Портфель рішень SAP BusinessObjects. 5. Паклин Н.Б. Бизнес-аналитика: от данных к знаниям [Текст] / Н.Б. Паклин, В.И. Орешков. – СПб.: Питер, 2009. – 624 с. 6. Суворова Н.И. Информационное моделирование: величины, объекты, алгоритмы [Текст]: Учеб. пособие / Н.И. Суворова. – М.: Лаборатория Базовых Знаний, 2002. – 125 с. 7. Шегда А.В. Стратегічне управління [Текст]: підручник / А. В. Шегда; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К.: ВПЦ "Київ. ун-т", 2009. – 303 с. 8. Data mining and knowledge discovery handbook [Текст] / Oded Maimon (ed.), Lior Rokach (ed.). – N.Y. : Springer, 2005. – XXXV, 1383 p. 9. Decision Support and Business Intelligence Systems [Текст]/ E.Turban, R.Sharda, D.Delen, J.E.Aronson, T.-P.Liang, D.King. – Prentice Hall, 2010. – 780 p.

Надійшла до редколегії 08.04.11

УДК 331.005.33

Л. Анісімова, канд. фіз.-мат. наук, доц.,
В. Балан, канд. фіз.-мат. наук, доц.

МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ТА ВИБОРУ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті представлена загальна модель процесу формування та вибору стратегій розвитку окремих стратегічних бізнес-одиниць та підприємства в цілому з використанням відомих інструментів стратегічного аналізу, багатокритеріального оцінювання на основі нечіткої логіки, кластерного аналізу та матричного підходу.

Ключові слова: стратегічний аналіз, стратегія розвитку, моделювання, кластерний аналіз.

В статье представлена общая модель процесса формирования и выбора стратегий развития отдельных стратегических бизнес-единиц и предприятия в целом с использованием известных инструментов стратегического анализа, многокритериального оценивания на основе нечеткой логики, кластерного анализа и матричного подхода.

Ключевые слова: стратегический анализ, стратегия развития, моделирование, кластерный анализ.

The article presents a general model of building process and selection policies of strategic business units and enterprises as a whole using the known tools of strategic analysis, multicriteria evaluation based on fuzzy logic, cluster analysis and matrix method.

Keywords: strategic analysis, development strategy, simulation, cluster analysis.

Незважаючи на анонси багатьох учених-економістів про подолання кризових явищ в економіках деяких європейських країн, Сполучених Штатів, лунають і песимістичні заяви щодо можливості рецидивів і виходу на новий виток фінансово-економічної кризи. Високий рівень невизначеності та турбулентності ринкового середовища, що супроводжують її прояви, необхідність урахування різноманітних стратегічних несподіванок і вирішення суперечливих задач управління вимагають особливого виваженого підходу до формування стратегічної поведінки, наукового обґрунтування стратегічних рішень, спрямованих на активізацію розвитку підприємства. У цих умовах істотно підвищується роль економіко-математичних методів, інструментів стратегічного аналізу, орієнтованих на дослідження й моделювання стратегічної діяльності підприємства та його стратегічних підрозділів. Саме даний аспект допомагає зекономити фінансові та людські ресурси, час на розробку стратегій та їх подальшу корекцію й адаптацію відповідно до зміни умов функціонування, сформувати конкурентні переваги та забезпечити сталий розвиток підприємства.

Достатньо широке коло питань, пов'язаних зі створенням концептуальної бази та моделюванням процесів управління розвитком виробничо-економічних систем, застосуванням концепції стратегічного планування й управління досліджувалось в роботах таких зарубіжних і вітчизняних вчених як Р. Акофф, І.Ансофф, В.П. Вишневський, В.В. Бурга, В.М. Бурков, В.А. Забродський, В.Я. Заруба, О.Г. Гранберг, Р. Кіні, Х. Райфа, І.В. Кононенко, В. Лефевр, К. Менар, М.Д. Месарович, Т. Нейлор, Дж. Нейман, В.С. Пономаренко, О.І. Пушкар, Б. Санто, Дж. Форрестер, О.Ю. Шевяков, З.Є. Шершньова та ін. Питанням моделювання стратегії розвитку підприємства присвячені роботи Ф. Вестона, Г. Крейсера, М. Месаровича, К. Нейгоце, Я. Такахара, Дж. Фостера, Ч. Чена, Р. Шеннона, К.А. Багриновського,

М.А. Бендикова, В.Н. Буркова, Н.Є. Єгорової, Г.Ю. Силкіної, П.М. Тітова, Г.В. Горелової та О.Н. Захарової, Р.Н. Лепи, В.М. Андрієнка, О.І. Пушкаря та ін.

Сучасний етап дослідження даної проблеми характеризується застосуванням як різноманітних інструментів моделювання [4], так і розробкою моделей розвитку підприємств України з урахуванням галузевої приналежності [3], особливостей умов функціонування з акцентом на кризові явища, використанням сценарного планування тощо. Зокрема, у [7] розроблено імітаційну модель розвитку багатогалузевого кластерного об'єднання підприємств як систем, що створюють додану вартість, та на основі узгодження інтересів акціонерів, персоналу й держави. Цікавою є робота [6], у якій автором для побудови цілісної моделі розвитку підприємств запропоновано систему п'яти часткових порівняно незалежних одна від одної моделей (спроможності підприємства до розвитку, вибору стратегії розвитку підприємства, вибору вектору розвитку, вибору базису розвитку, результату розвитку підприємства), інструментальною основою формування яких послуговували дискретна нечітка логіка з формуванням дерева логічного висновку на основі представлення антецедентів у дескрипторній формі за ординальною шкалою, аналіз поля сил, аналітичні адитивно-мультиплікативні моделі, переважний критеріальний вибір і матричні моделі. У [5] пропонується концепція формування кумулятивної стратегії розвитку промислових підприємств України в сучасних економічних умовах на основі оцінки стратегічного потенціалу підприємства, діагностики точки біфуркації і процесів, які їй передують, та вибору траєкторії розвитку підприємства для його переходу на новий, якісно більш високий ступінь розвитку економічної системи.

Незважаючи на достатньо велику кількість публікацій, присвячених різноманітним аспектам розгляду та моделюванню стратегій розвитку підприємства, необ-

хідно відзначити, що отримані результати залишають поле для подальших досліджень у сфері розробки моделей поведінки підприємства в залежності від можливих сценаріїв майбутнього та дії сукупності факторів зовнішнього середовища для вирішення завдань адекватного реагування на економічну та політичну нестабільність в країні. Для наукового обґрунтування стратегічних управлінських заходів повинний бути сформований комплекс адекватних їй економіко-математичних методів та моделей.

Метою статті є розробка моделі процесу формування та вибору стратегій розвитку окремих стратегічних бізнес-одиниць (СБО) та підприємства в цілому на основі стратегічного аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, побудови сценаріїв майбутнього з розбиттям стратегічних господарських підрозділів підприємства на кластери, для кожного з яких у залежності від варіанту сценарію формують достатньо загальні стратегії, а для кожної СБО цих кластерів – уточнені стратегії, які враховують специфічні особливості та відмінності СБО у межах кластеру.

В Україні, яка стала заручницею не лише проявів фінансово-економічної кризи, а й внутрішньої політич-

ної нестабільності, у зв'язку з уведенням нового Податкового кодексу, намаганням здійснити економічні реформи проблеми функціонування більшості вітчизняних підприємств все більше загострюються й вимагають кардинальних підходів до вирішення. У цих складних умовах все більшої ваги набуває виважена діяльність підприємств, спрямована на формування адекватних стратегій поведінки з урахування впливу факторів мікро- та макросередовища, стратегічних несподіванок. При цьому необхідно зосередити зусилля на розробку стратегічних заходів, які дадуть змогу забезпечити не просто виживання в складних умовах функціонування, а й послідовне та стабільне зростання і розвиток, більш повно скористатися можливостями та уникнути загроз, що виникають на цьому шляху. Авторами запропонована модель процесу формування та вибору стратегій розвитку підприємства (рис. 1), яка містить процесуальний інваріант стратегічного планування та часткові моделі, пов'язані з необхідністю побудови сценаріїв майбутнього, визначення потенціалу та конкурентних позицій окремих СБО та підприємства в цілому.

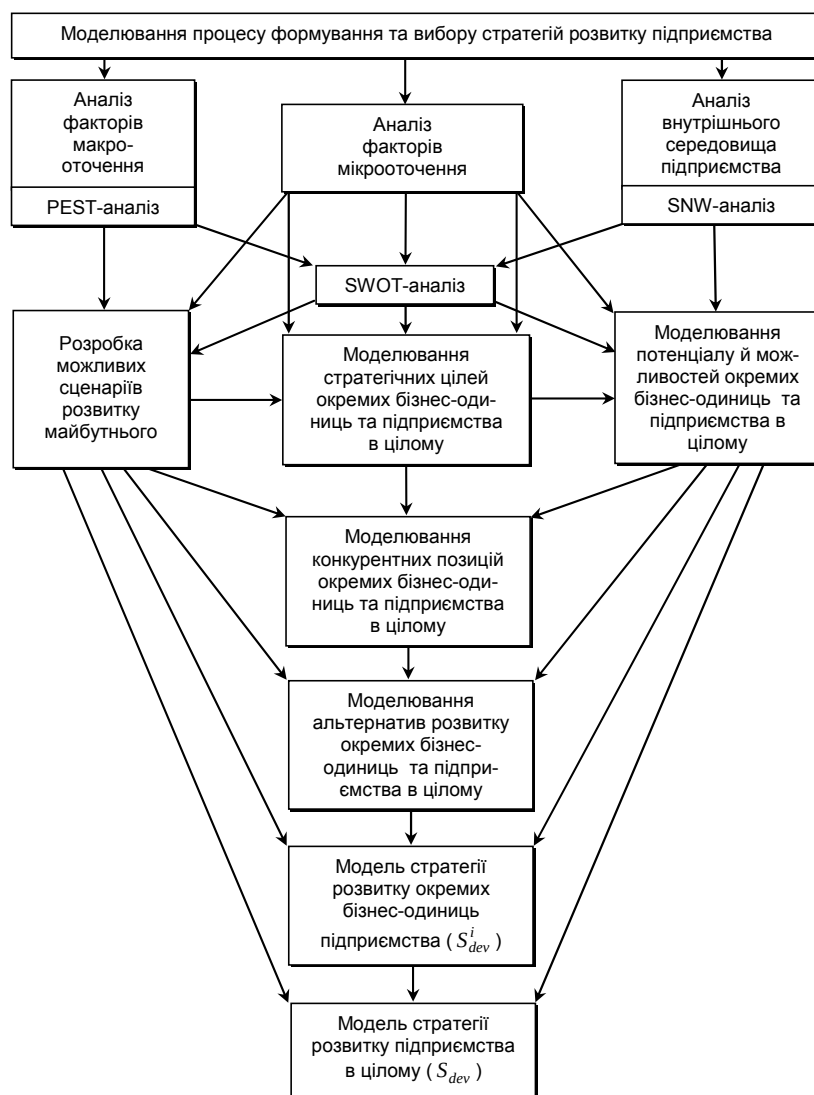


Рис. 1. Схема формування й вибору стратегій розвитку підприємства

*Джерело: розроблено авторами

Дана модель, на думку розробників відображає потрійну природу розвитку – як процесу, результату та

іманентної властивості. У ній основний акцент зроблено на ґрунтовному аналізі факторів зовнішнього середо-

вища, як таких, що в умовах кризових явищ, набувають найбільш важливого значення. Окрім відомих методів діагностики (PEST-аналіз, SWOT-аналіз) для визначення значимості впливу цих факторів зручно скористатися інтегрованим підходом на основі методів багатокритеріального оцінювання та сценаріїв майбутнього. Не менш важливим і відповідальним кроком у подальшому аналізі є дослідження стану внутрішнього середовища підприємства (SNW-аналіз), оскільки саме цей етап з урахуванням результатів аналізу мікро- та макрооточення дає змогу здійснити моделювання стратегічних цілей, потенціалу та можливостей підприємства. Відповідно до зазначеного стратегію розвитку підприємства можна представити у вигляді функціональної залежності $S_{dev} = S_{dev}(S_{dev}^1, \dots, S_{dev}^i, \dots, S_{dev}^n)$ як складну суперпозицію стратегій розвитку окремих СБО (S_{dev}^i) з урахуванням динамічних взаємозв'язків та взаємовпливів між ними, причому $S_{dev}^i = S_{dev}^i(I^i, G^i, C^i, P^i, S_f^i, R^i)$, де I^i – стратегічна інформація, G^i – стратегічні цілі, C^i – конкурентна позиція, P^i – стратегічний потенціал, S_f^i –

система сценаріїв майбутнього, R^i – уявлення про бажаний майбутній стан (результат) для i -ї СБО ($i = 1; 2; \dots; n$). Для підвищення обґрунтованості розроблених стратегічних заходів пропонується здійснити розбиття стратегічних бізнес-одиниць підприємства на групи, для кожної з яких у подальшому формують "загальні" стратегії, а у межах групи (кластера) для кожної СБО – уточнені стратегії, які враховують специфічні особливості та відмінності СБО у межах цього кластеру. Зазначимо, що поділ стратегічних зон господарювання підприємства на кластери можна здійснювати за допомогою, наприклад, дискримінантного аналізу, або з використанням нейронних мереж на основі карт Кохонена, чи взагалі, застосовуючи прості інструменти побудови карт груп бізнес-одиниць підприємства за вибраними двома критеріями з множини нерелевантних параметрів, які визначають основні характеристики діяльності бізнес-одиниць, з наступним аналітично-емпіричним узгодженням одержаних результатів. Для підвищення обґрунтованості висновків щодо отриманих кластерів пропонується застосовувати інтегральний підхід на основі вищезазначених методів (рис. 2).



Рис. 2. Кластеризація стратегічних бізнес-одиниць підприємства

*Джерело: розроблено авторами

У межах кожного кластеру у разі необхідності можна побудувати рейтинг стратегічних господарських бізнес-одиниць для визначення пріоритетів щодо здійснення інвестицій і т.п.

Розробляючи варіанти стратегії розвитку для кожного кластеру, кожної стратегічної бізнес-одиниці та підприємства в цілому, необхідно врахувати ступінь ризику, можливість стратегічних несподіванок, неповноту та нечіткість інформації при виконанні запланованих заходів, а також можливі прогнози стосовно поведінки складових зовнішнього оточення та перспектив розвитку основних напрямів діяльності підприємства. Це дає змогу побудувати імітаційні моделі варіативної стратегічної поведінки в залежності від можливих варіантів взаємодії факторів впливу.

Процес вибору стратегії розвитку для кожної СБО пропонується здійснювати з використанням логіко-лінгвістичних моделей, які базуються на застосуванні теорії нечітких множин та нечіткої логіки, оскільки дана проблема має неструктурований характер і пов'язана з необхідністю урахування різноманітних аспектів прояву

зовнішнього середовища та високого рівня його невизначеності. Для цього спочатку необхідно сформулювати систему критеріїв, за допомогою яких буде здійснюватись процедура оцінювання можливих стратегічних альтернатив (сюди доцільно включити як кількісні, так і якісні показники результативності діяльності стратегічних бізнес-одиниць підприємства). На другому етапі на основі парних порівнянь критеріїв з використанням шкали методу аналізу ієрархій [9] будемо матрицю порівнянь. Виконуючи відповідні розрахунки згідно з [8], одержимо вектор-рейтинг важливості (коефіцієнти відносної важливості) $w_1; w_2; \dots; w_l$ критеріїв оцінювання

$K_1; K_2; \dots; K_l$, причому $\sum_{j=1}^l w_j = 1$. На наступному кроці

проводимо парні порівняння сформованих стратегій розвитку за кожним із критеріїв і будемо відповідні матриці, на основі яких формуємо нечіткі множини [8]. Перетин цих нечітких множин з урахуванням важливості критеріїв згідно з принципом Белмана-Заде [8] дає можливість визначити ступінь значимості й прийнятності

кожного з варіантів розвитку для СБО виділених кластерів для кожного з можливих сценаріїв майбутнього:

$$D_k = \left\{ \frac{\min_{j=1, \dots, l} [\mu_j(S_{k1})]^{w_j}}{S_{k1}}; \frac{\min_{j=1, \dots, l} [\mu_j(S_{k2})]^{w_j}}{S_{k2}}; \dots; \frac{\min_{j=1, \dots, l} [\mu_j(S_{km})]^{w_j}}{S_{km}} \right\}$$

($k = 1; 2; 3$ і відповідає порядковому номеру сценарію майбутнього).

Одержані результати зручно оформити у вигляді табл. 1, яка містить сформовані стратегії та стратегічні заходи щодо розвитку окремих СБО відповідно до сценаріїв майбутнього та виділених кластерів.

Таблиця 1. Матриця стратегічних альтернатив розвитку бізнес-одиниць підприємства

			Поділ стратегічних зон господарювання підприємства на кластери			
			Кластер 1 "Лідери"	Кластер 2 "..."	...	Кластер m "Аутсайтери"
Сценарії розвитку майбутнього	Песимістичний	1	Стратегії та стратегічні заходи S_{11}	Стратегії та стратегічні заходи S_{12}	...	Стратегії та стратегічні заходи S_{1m}
	Найбільш імовірний	2	Стратегії та стратегічні заходи S_{21}	Стратегії та стратегічні заходи S_{22}	...	Стратегії та стратегічні заходи S_{2m}
	Оптимістичний	3	Стратегії та стратегічні заходи S_{31}	Стратегії та стратегічні заходи S_{32}	...	Стратегії та стратегічні заходи S_{3m}

Зазначимо, що формування стратегії розвитку всього підприємства необхідно здійснювати на основі узагальнення інформації, наведеної в табл. 1, та з урахуванням логіки підприємництва галузі, логіко-причинних зв'язків, які існують у ній, впливу на все підприємство факторів зовнішнього середовища та взаємозв'язків між окремими СБО.

Підсумовуючи одержані результати, можна зробити висновок, що запропонований підхід до формування й вибору стратегій розвитку підприємства дає змогу на основі побудови альтернативних сценаріїв майбутнього для кожної з стратегічних бізнес-одиниць з використанням інструментів нечіткої логіки здійснити оцінювання різноманітних варіантів розвитку, змодельовати стратегічну поведінку підприємства, підвищити ефективність реалізації стратегій та стратегічних заходів для посилення його конкурентоспроможності.

Подальші дослідження у цьому напрямку можуть бути спрямовані на удосконалення окремих аспектів моделювання процесу розробки та вибору стратегії розвитку господарських бізнес-одиниць та підприємства в цілому, а саме на

1) поглиблення аналізу факторів впливу зовнішнього середовища на підприємство з метою прогнозування стратегічних несподіванок та розробки на цій основі більш достовірних сценаріїв майбутнього;

2) застосування сучасних підходів до визначення стратегічних орієнтирів і цілей підприємства;

3) розробку методик оцінювання потенціалу й конкурентних переваг підприємства та його стратегічних бізнес-одиниць для визначення конкурентної позиції;

4) обґрунтування вибору критеріїв оцінювання стратегічних альтернатив розвитку підприємства;

5) підбір інструментів компаративного аналізу стратегічних альтернатив для здійснення подальшого вибору;

6) адаптацію розробленої моделі до специфіки та умов функціонування конкретного підприємства.

1. Ансофф І. Новая корпоративная стратегия. Пер. с англ. / И. Ансофф, Э.Дж. Макдоннел. — СПб.: ПитерКом, 1999. — 416 с.
2. Арсеньев Ю.Н. Принятие решений. Интегрированные интеллектуальные системы: Учеб. пособие для вузов / Ю.Н. Арсеньев, С.И. Шелобаев, Т.Ю. Давидова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 270 с.
3. Афанасьев С.В. Моделирование стратегий развития гирничорудных предприятий с учетом риска: Автореферат дис. ... д-ра наук: 08.00.11 / С.В. Афанасьев / Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. — Київ, 2008. — 32 с.
4. Бережная Е.В. Математические методы моделирования экономических систем / Е.В. Бережная, В.И. Бережной. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 325 с.
5. Касьянова Н.В. Концепция формирования кумулятивной стратегии развития предприятия / Н.В. Касьянова. — Вісник Хмельницького національного університету 2009, № 4, Т. 2. — С. 78-82.
6. Погорелов Ю.С. Моделирование развития предприятия / Ю.С. Погорелов. — Актуальні проблеми економіки № 10(100), 2009. — С. 51-59.
7. Потрашкова Л.В. Моделирование управления развитием предприятия: Автореферат дис. к.е.н.: 08.03.02 / Л.В. Потрашкова / Харківський держ. економічний ун-т. — Харків, 2002. — 19 с.
8. Ротштейн А.П. Интеллектуальные технологии идентификации: нечеткие множества, генетические алгоритмы, нейронные сети / А.П. Ротштейн. — Вінниця: Універсум-Вінниця, 1999. — 320 с.
9. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати. — М.: Радио и связь, 1993. — 320 с.

Надійшла до редколегії 18.04.11

УДК 659.1.011.

А. Вітренко, канд. екон. наук, доц.

САМОРЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ РЕКЛАМНИХ ПОСЛУГ ЯК ДІЄВИЙ МЕХАНІЗМ ЗАХИСТУ ДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

В статті розглянуті особливості системи саморегулювання на ринку рекламних послуг та її значення в механізмі захисту добросовісної конкуренції.

Ключові слова: саморегулювання, реклама, рекламодавець, асоціація, добросовісна конкуренція.

В статье рассматриваются особенности системы саморегулирования на рынке рекламных услуг и её значение в механизме защиты добросовестной конкуренции.

Ключевые слова: саморегулирование, реклама, рекламодатель, ассоциация, добросовестная конкуренция.

The article deals with features of self-regulation on advertising market and its importance in the protection mechanism for fair competition.

Keywords: self-regulation, advertising, the advertiser, association, fair competition.

Реклама відіграє істотну роль в усіх ринкових економіках. Вона стимулює зростання та інновації, заохочує конкуренцію і збільшує асортиментний перелік товарів та послуг, полегшує вибір споживача. Це швидкий і

ефективний спосіб інформування споживачів про нові товари та послуги та підтримання їх знання щодо діпазону, характеру і якості продуктів, доступних для них. Реклама є важливим елементом збереження або зби-

льшення частки ринку і життєво необхідна для виведення нового продукту або вдосконалення вже існуючого.

Для виконання цих важливих завдань, реклама повинна мати високий рівень довіри споживачів. Вона повинна бути законною, пристойною, чесною та правдивою. Якщо споживачі вводяться в оману рекламою, вони не будуть купувати знову, якщо це ображає їх, вони не будуть купувати в першу чергу. Погана реклама, хоча вона може становити лише невеликий відсоток за все, буде поступово підривати довіру споживачів і вся рекламна галузь буде страждати. Отже в інтересах рекламної індустрії забезпечити належне регулювання ринку рекламних послуг. Традиційно є два способи зробити це: перший – докладне законодавство, другий – саморегулювання.

Теоретико-практичні засади реклами в різні часи розглядалися багатьма закордонними та вітчизняними вченими. До найавторитетніших фахівців у галузі реклами слід віднести Д. Огівлі, Ф. Котлера, Дж. О'Тула, Ф. Джефкінса, А. Деяна, Д. Аакера, Дж. Мейерса, Е. Дішера, К. Бове та ін.

За часів адміністративно-командної системи реклами як економічному феномену не надавали достатньої уваги. Реклама вважалася засобом політичного впливу. Проте об'єктивні причини потребували теоретичного осмислення феномену реклами. Це знайшло відображення в працях таких радянських учених, як Д. Беклешова, В. Бойкова, М. Бур'ян, І. Гольцекер, Ю. Дегтярьова, Л. Корнілова, Ю. Хачатуров, І. Шляшевський.

На теренах СНД найбільший вплив на теорію реклами справили роботи В. Іл'їна, І. Крилова, Л. Музикант, І. Рожкова, Є. Ромата, В. Панкратова, В. Сахарова. Разом з тим треба підкреслити, що серед названих дослідників практично ніхто не розглядає рекламні послуги з погляду економічної теорії. Тільки деякі роботи сучасних зарубіжних авторів, що розглядають теоретичні закономірності розвитку рекламної справи, значною мірою орієнтовані на вже сформовану західну систему економічних відносин.

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 особливостей та системи регулювання такого значного сектору реальної економіки як ринок рекламних послуг.

У статті поставлено за мету узагальнення, систематизація та поглиблення розуміння сучасних методів саморегулювання ринку рекламних послуг які дозволяють стримати поширення недобросовісної конкуренції та запобігти введенню в оману споживачів товарів та послуг.

Однією з особливостей інституціональних засад діяльності ринку рекламних послуг є система дворівневого регулювання його діяльності. Кожна окрема країна регулює рекламну діяльність на своїй території окремими законодавчими актами, проте на міжнародній арені вступає в силу принцип саморегулювання рекламної діяльності, тобто основу міжнародного контролю рекламної діяльності становлять громадські організації рекламодавців і рекламистів.

Історія розвитку ринку рекламних послуг свідчить про існування в багатьох країнах адміністративних органів, що контролюють різноманітні аспекти рекламної діяльності. Основна причина суворого державного контролю ринку рекламних послуг, на нашу думку, зумовлена, з одного боку, бажанням зберегти добросовісну конкуренцію серед виробників товарів та послуг, а з

другого – необхідністю всебічного захисту прав споживачів товарів і послуг.

Процес саморегулювання в різних країнах проводиться по-різному, однак незмінним завжди залишається його основний принцип: реклама має бути законною, пристойною, чесною та правдивою, створеною з почуттям відповідальності перед споживачем і суспільством, а також відповідати критеріям чесної конкуренції. Для підтримки цього процесу рекламна індустрія добровільно піддає себе певним обмеженням, приймаючи різні регулюючі правила і принципи. Ці правила втілюються в життя саморегулюючими організаціями (СРО), що створені і функціонують завдяки рекламній індустрії. Метою є забезпечення високих стандартів в рекламі і, отже, підтримка довіри споживача, у результаті чого виграють усі зацікавлені сторони.

Саморегулювання найкраще працює всередині законодавчої структури, визначаючи загальні принципи і виступаючи в ролі останнього засобу в тих випадках, коли всі інші ресурси виявилися марними. Працюючи з деталями рекламного процесу, особливо з тими "важливими дрібницями", що так багато значать для пересічного споживача, інститут саморегулювання має низку суттєвих переваг порівняно зі скрупульозним законодавчим процесом – це і дешевизна, і швидкість, і гнучкість, яких так не дістає останньому. Закон і саморегулювання доповнюють один одного, разом вони домагаються того результату, якого ніколи не змогли б досягти окремо.

Основою міжнародної системи саморегулювання є Міжнародна Рекламна Асоціація (IAA), заснована в Нью-Йорку 8 квітня 1938 р.

МРА працює на трьох рівнях: Центральному, Регіональному і Національному/Місцевому.

Центральний Рівень і Всесвітні офіцери, які координують діяльність організації по всьому світу.

Світовий секретаріат, розташований у Нью-Йорку, виконує програми і дії, що сприяють місії, відповідно до схваленого щорічного ділового плану.

Регіональні дирекції МРА розміщуються в: Європі (Стамбул, Туреччина); Азії й Океанії (Токіо, Японія); Латинській Америці (Сан Паоло, Бразилія); Середній Схід, Африці (Дубаї, Об'єднані Арабські Емірати); США, Канаді (Нью-Йорк, США). Кожна регіональна організація МРА має свого керівника, що відповідальний перед виконавчим комітетом. Регіональний керівник – дуже важлива посада, оскільки він повинний забезпечити зв'язок і бути каталізатором розвитку реклами в своєму регіоні.

Відділення МРА може бути засноване в країні, місті або на території, що включає більш як одне місто. Встановлення місцевих відділень заохочується, тому що це підсилює позицію рекламного бізнесу на ринку і збільшує імпульс виконання місії Асоціації. Кожна ситуація різна, проте найчастіше поштовхом для формування нового місцевого відділення МРА стає прибуття одної або двох осіб – членів МРА у місто або країну, які роблять висновок про необхідність організації національного представництва.

Перевага формування національного представництва МРА полягає в тому, що МРА є товариством, підтриманим великою кількістю рекламодавців, рекламних агентств, засобів інформації і зв'язаних послуг.

До переваг треба віднести також те, що МРА є глобальним товариством. Тобто національне представництво стає частиною міжнародної мережі МРА. Це означає, що в межах власної країни, представництво – не тільки національна установа, а й представник глобальної перспективи і глобальний ресурс. Саме це надає додаткової ваги і підвищує ефективність захисту від

уряду та влади, особливо під час трансформаційних перетворень економіки.

Основними функціями МРА є боротьба з несумлінною конкуренцією в рекламі, захист свободи вибору для індивідів на всіх споживчих і ділових ринках. Міжнародна рекламна асоціація перешкоджає розвитку негативних міжнародних тенденцій у сфері реклами і забезпечує глобальний обмін знаннями, методами управління рекламним ринком, новітніми бізнесовими технологіями, досвідом та ідеями.

МРА має у своїй структурі корпоративних членів, індивідуальних членів і регіональні відділення. У своїй діяльності щодо них МРА виконує такі функції:

- для корпоративних членів – усуває бар'єри на шляху засобів масової інформації, захищає свободу слова;
- для індивідуальних членів – розвиває знання й уміння своїх членів, через організацію конференцій, круглих столів, що сприяє професіональному зростанню рекламистів світу;
- для регіональних відділень – забезпечує розвиток стратегічного розташування регіонального відділення та основу їх діяльності.

Міжнародна рекламна асоціація в своїй діяльності прагне до регулювання діяльності всесвітнього ринку реклами. В свою чергу, Європейські країни разом з утворенням Європейського Співтовариства розпочали інтеграцію рекламних ринків. Основою цієї інтеграції та основою європейською організацією, що регулює рекламну діяльність, є Європейський альянс стандартів у рекламі (EASA – European Advertising Standards Alliance).

Європейський альянс стандартів у рекламі – некомерційна організація, заснована в Брюсселі. Спілка об'єднує національні рекламні саморегулюючі організації й організації, що представляють рекламну промисловість у Європі. Спілка, від імені рекламної промисловості – єдиний авторитетний орган з питань рекламних проблем, просуває високоетичні стандарти в комерційній рекламі за допомогою ефективного саморегулювання, водночас чітко усвідомлює національні особливості культури, юридичної та комерційної практики.

На сучасному етапі розвитку основними завданнями ЄАСР є:

- сприяння і розвиток саморегулювання;
- підтримка існуючих рекламних саморегулюючих систем;
- управління і координація міжнародного механізму скарг Спілки; з метою гарантування швидкого і ефективного вирішення міжнародних скарг – через визначену процедуру;
- сприяння розвитку умов для інформування і дослідження рекламного саморегулювання.

Спілку було створено у 1992 р. у відповідь на прямий виклик від Спеціального уповноваженого ЄС для визначення того, у який спосіб проблеми, що впливають на рекламний ринок у середовищі Загального ринку Європи, можна було б успішно вирішувати завдяки співробітництву. Національні саморегулюючі органи і європейська рекламна промисловість погодилися з утворенням ЄАСР, демонструючи велике бажання до ефективного саморегулювання як засобу просування високих стандартів у рекламі в Європі й охорони інтересів споживачів. Членство Спілки спочатку складалося тільки з національних саморегулюючих органів, відповідальних за рекламну діяльність у країні. З 16 листопада 2001 р., членами Спілки стали і Саморегулюючі організації й Асоціації Промисловості, які позитивно сприймають ідею рекламного саморегулювання.

Сьогодні 33 рекламних саморегулюючих організацій є членами Спілки: з них 26 – від Європейських країн

(Австрія, Бельгія, Чеська Республіка, Данія, Фінляндія, Франція, Німеччина, Греція, Угорщина, Ірландія, Італія, Люксембург, Нідерланди, Португалія, Словацька Республіка, Словенія, Іспанія, Швеція, Швейцарія, Туреччина, Велика Британія) і 7 – від несередовищеских країн (Канада, Нова Зеландія, Південна Африка, Австралія, Бразилія, Чілі, Індія). Ці країни є асоційованими членами ЄАСР. На жаль, Україна не робить сьогодні активних кроків для вступу до цієї міжнародної організації. Окрім держав до ЄАСР входять так звані професійні члени, які представляють засоби масової інформації, професійні рекламні агенції та асоціації рекламодавців.

Загальносвітовою основою принципів саморегулювання в рекламі, є Міжнародний кодекс рекламної практики.

Основний принцип подібного кодексу, або зібрання правил, полягає в тому, що реклама має бути законною, пристойною, чесною і правдивою, створеною з почуттям відповідальності перед споживачем та суспільством, відповідати критеріям чесної конкуренції, як широко прийнято в сучасному суспільстві. Ніякий рекламний продукт не повинний підривати довіру до реклами як до інституту. Кодекс, або зібрання правил, застосовується до всіх видів реклами. У деяких країнах це поширюється також на упаковку товарів, але здебільшого національні органи саморегулювання обмежують спектр дії правил рекламними повідомленнями на упаковці.

Кодекс має відображувати національні особливості країни – законодавчі, економічні, соціальні та культурні, однак разом з тим, брати до уваги міжнародну рекламну практику. Кодекс застосовується так, що б було дотримано дух закону, а не тільки його букви: рекламодавець повинен довести свою правоту, а не позивач – справедливості своїх звинувачень.

Кодекс маркетингу і рекламної практики міжнародної торговельної палати (ICC Code). Міжнародна торговельна палата – це світова бізнес-організація, єдиний представницький орган, що авторитетно представляє організації всіх секторів ринку в усіх країнах світу. Мета Міжнародної торговельної палати – заохочувати міжнародну торгівлю, інвестиції і ринкову економіку. Вона також установлює правила ведення бізнесу в усьому світі.

Міжнародна торговельна палата пропагує високі етичні стандарти в маркетингу, заохочуючи саморегулювання в бізнесі. Кодекс маркетингу і рекламної практики Міжнародної торговельної палати (ICC Code), перша версія якого з'явилася в 1937 р., слугує зразком для національних і корпоративних кодексів усього світу.

Ці кодекси (ICC Codes) були розроблені Комісією з маркетингу, реклами і поширення Міжнародної торговельної палати, міжнародною групою директорів по маркетингу і суспільних відносинах з більш як 30 країн. До них відносять:

1. Міжнародний кодекс рекламної практики (МТП);
2. Міжнародний кодекс просування продажів (МТП);
3. Міжнародний кодекс прямого маркетингу (direct marketing) (МТП);
4. Міжнародний кодекс про пристойну рекламу (МТП);
5. Міжнародний кодекс спонсорства (МТП);
6. Міжнародний кодекс практики маркетингу і соціальних досліджень (МТП/ESOMAR).

Останнє видання Міжнародного кодексу рекламної практики Міжнародної торговельної палати ґрунтується на розповсюдженій політиці МТП просувати високі етичні стандарти в маркетингу через саморегулюючі кодекси, мета яких – доповнити існуючі законодавчі національні та міжнародні системи.

Кодекс, що був уперше виданий у 1937 р., а потім переглянутий у 1949, 1955, 1966, 1973 і 1987 рр., є сві-

дченням того, що діловий світ усвідомив свою соціальну відповідальність стосовно комерційної реклами.

Кодекс застосовують для всіх видів реклами, мета якої – просування будь-яких видів товарів і послуг. Кодекс визначає стандарти етичної поведінки для всіх осіб, зацікавлених у рекламному процесі, будь-то учасники ринку або рекламодавці, практики реклами, агентства або ЗМІ, і застосовується на тлі відповідного законодавства.

Саморегулювання з боку рекламодавців і рекламних агентств ґрунтується на принципах обмеження та контролювання реклами з моменту розробки творчої ідеї для рекламної кампанії. Багато рекламодавців мають особливі погляди, стандарти та переваги для реклами своїх товарів та послуг, однак вони повинні розуміти, що їх рекламне звернення може бути неетичним і зашкодити іміджу в очах споживача. Внутрішнє регулювання проходить реклама також з боку рекламних агентств. Кожна рекламна агенція має свої стандарти реклами, яку вона може виготовляти та розміщувати. Багато агентств у своєму складі мають експертів-юристів, які стежать за відповідністю виготовленої реклами чинному законодавству.

В той час, коли рекламодавці та рекламні агенції розробляють внутрішні стандарти реклами, багато галузей мають власні програми саморегулювання рекламної діяльності. Ці програми набули особливого розвитку в галузях виробництва алкогольної продукції, тютюну, фармацевтики, товарів для дітей. Рекламні стандарти також розробляють різні торговельні організації, яких дотримуються фірми – учасники. Багато організацій засновують гільдії по контролю за рекламою, ґрунтуючись на регіональному принципі. Проте ефективність рекламних кампаній організацій-членів таких організацій невисока, причина – негнучкість і неврахування спеціалізації та особливостей роботи деяких членів організації на окремих ринках збуту.

Дуже важливим є механізм впливу саморегулювання в рекламній індустрії на діяльність засобів масової інформації. Багато засобів масової інформації (ЗМІ) підтримують рекламну діяльність із середини, але можуть відмовитись від розміщення рекламних звернень, наприклад політичних, мотивуючи це невідповідністю стандартам та необ'єктивністю. Це пояснюється специфікою самих засобів масової інформації, які, наприклад, можуть обслуговувати інтереси різних соціальних груп населення або бути дуже спеціалізованими. Газети та журнали мають свої певні стандарти і вимоги до оформлення рекламного звернення, що визначаються розміром, структурою й змістовим наповненням їх публікацій.

Розглядаючи аспекти саморегулювання на ринку рекламних послуг, слід зазначити, що всі організації саморегулювання засновані на добровільних засадах. Добровільність вступу та участі в цих організаціях, на нашу думку, породжує проблему втілення в життя рішень цих організацій. Досягнути безумовного втілення в життя рішень і рекомендацій органів саморегулювання рекламної діяльності можливо лише за тієї умови, якщо самі рекламодавці та рекламні агенції будуть зацікавлені в дієспроможності системи та механізмів саморегулювання рекламної діяльності. Яскравим прикладом цього може стати досвід країн Європейського Союзу. В Європейських країнах будь-хто з учасників ринку рекламних послуг може звернутися до органів саморегулювання рекламної діяльності з будь-якого спірного питання, що ви-

никло в процесі надання рекламної послуги. Орган саморегулювання ретельно вивчає справу, а потім надсилає експертний висновок з цього питання до зацікавленої сторони. При цьому існують прецеденти, коли орган саморегулювання надавав рекомендації ЗМІ щодо неможливості розміщення конкретної рекламної інформації, рекламним агенціям надавалися рекомендації привести рекламне звернення до належних вимог і норм саморегулювання рекламної діяльності.

Як свідчить міжнародний досвід, розвинена система саморегулювання на ринку рекламних послуг дає змогу зменшити рівень втручання та його регулювання з боку державних органів влади.

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити такі висновки:

1) Система саморегулювання є ефективним механізмом для контролю за зловживаннями в рекламі та невикористання практики обману. Три найбільші учасники рекламного ринку – рекламодавці, рекламні агенції, засоби масової інформації – працюють індивідуально та об'єднують свої зусилля для втілення в життя принципів правдивості, етики та відповідальності в рекламі.

2) Світовий досвід довів дієвість самоврядувальних міжнародних організацій в боротьбі з несумлінною конкуренцією, за захист свободи вибору індивідів на споживчих і ділових ринках, створення перешкод для формування негативних міжнародних тенденцій у сфері реклами, забезпечення глобального обміну знаннями, новітніми бізнесовими ідеями, досвідом, технологіями, методами регулювання рекламного ринку.

3) Основні принципи міжнародного самоврядувального регулювання ринку рекламних послуг сформульовані в Міжнародному кодексі рекламної практики. До них відносять: пристойність, законність, чесність і правдивість реклами; відповідальність рекламодавця перед споживачем та суспільством за довіру до реклами як до інституту.

4) Національні ринки реклами повинні мати свої кодекси, в яких мають бути відображені національні особливості країни – законодавчі, соціальні, культурні, релігійні. Проте основні принципи Міжнародного кодексу повинні зберігатися. І для національного ринку має бути дотримана вимога: рекламодавець повинен довести свою правоту, а позивач – справедливості своїх звинувачень.

Проведений аналіз системи саморегулювання на ринку рекламних послуг не вичерпує можливих напрямів її 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. Гаррі Картер. Эффективная реклама: Путеводитель для малого бизнеса. – К. : Сирин, 1998. – 208 с. 2. Дейан Арман. Реклама / В.А. Петров (пер.с фр.). – СПб.: Издательский Дом "Нева", 2003. – 127 с. 3. Джефкінс Френк. Реклама=Advertising: Практ. посібник / Деніел Ядін (доп.і ред.)О.О. Чистякова (пер.) – 4. вид. – К.: Знання, 2001. – 455 с. 4. Друга Всеукраїнська науково-практична конференція "Реклама в Україні: інтеграція теорії та практики", 16 грудня 2008 року, м. Київ: тези доповідей / Київський національний торговельно-економічний ун-т / А.А. Мазаракі (відп.ред.). – К., 2008. – 125 с. 5. Миллер Александр. Реклама=Advertising/ Miller, A.: Энциклопедия для всех. – М.: ООО "Вершина", 2003. – 252 с. 6. Рожков И.Я. Реклама: планка для "профи". – М.: Юрайт, 1997. 7. Уэллс Уильям, Бернет Джон, Мориарти Сандра. Реклама: теория и практика / М.Артюх (пер.с англ.). – СПб.: Питер, 1999. – 735 с. 8. Хопкинс Клод. Научная реклама / Александра Репьева (пер.с англ.). – М.: Эксмо, 2007. – 125 с.

Надійшла до редколегії 18.04.11

УДК 65.012.23

В. Вірченко, канд. екон. наук, доц.,
В. Вірченко, канд. іст. наук, доц.

ТЕОРЕТИКО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ РЕЙТИНГОВОЇ ОЦІНКИ СХИЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ДО БАНКРУТСТВА

Стаття присвячена аналізу сутності і особливостей рейтингової оцінки схильності підприємств до банкрутства. Досліджено підходи до аналізу фінансової стійкості підприємства на основі рейтингової оцінки. Розглянуто основні переваги та недоліки рейтингового прогнозування схильності підприємств до банкрутства.

Ключові слова: банкрутство, платоспроможність, рейтингова оцінка, фінансовий аналіз.

Статья посвящена анализу сущности и особенностей рейтинговой оценки склонности предприятий к банкротству. Исследованы подходы к анализу финансовой устойчивости предприятия на базе рейтинговой оценки. Рассмотрены основные преимущества и недостатки рейтингового прогнозирования склонности предприятий к банкротству.

Ключевые слова: банкротство, платежеспособность, рейтинговая оценка, финансовый анализ.

Article is devoted to analysis of nature and peculiarities of rating estimation of the enterprises propensity to bankruptcy. Principal approaches to rating estimation are investigated. Main advantages and shortcomings of the rating estimation of the enterprises propensity to bankruptcy are considered.

Keywords: bankruptcy, financial responsibility, rating estimation, financial analysis.

Боротьба із наслідками світової фінансової кризи вимагає стабілізації національної економіки, активного стимулювання економічного зростання і переорієнтації суб'єктів господарювання на використання новітніх досягнень у галузі управління фінансово-господарською діяльністю, а також у сфері організації бізнес-процесів. Важливим фактором конкурентоспроможності підприємства на сучасному етапі розвитку економічних відносин є ефективний фінансовий менеджмент, принциповою складовою якого є система антикризового управління. В умовах вітчизняної економіки оптимізація діяльності підприємств вимагає вирішення цілого комплексу проблем, однією з найбільш актуальних на сьогодні є проблема забезпечення фінансової стійкості та рівноваги підприємств в умовах невизначеності та нестійкості економічного середовища. Що, у свою чергу, потребує своєчасної та об'єктивної оцінки фінансово-господарського стану підприємства, відокремлення тимчасових проблем з ліквідністю від загроз стійкої неплатоспроможності. Особливою ваги проблема антикризового управління підприємством набуває в умовах вітчизняної економіки. Адже за даними Державного департаменту з питань банкрутства станом на 1 лютого 2011 р. в Україні було розпочато провадження у справах про банкрутство 14 265 підприємств [1].

У зв'язку з цим виникає потреба пошуку обґрунтованих шляхів і методів комплексної оцінки фінансової стійкості підприємств та прийняття на її основі своєчасних обміркованих управлінських рішень щодо її забезпечення. Таким чином, важливим елементом антикризового управління є прогнозування банкрутства, що ґрунтується на методах оцінки ймовірності втрати платоспроможності суб'єктами господарювання. За таких умов дослідження сутності, принципів та підходів до рейтингової оцінки схильності підприємств до банкрутства і втрати фінансової стійкості набуває особливої актуальності.

Зміст, методика та механізм рейтингової оцінки схильності підприємств до банкрутства були широко висвітлені в економічній літературі. Належне місце в розробці даної наукової тематики займають праці А. Вінакора, Р. Сміта, П. Фіцпатріка, К. Мервіна, У. Бівера, Д. Дюрана, Л.В. Донцової, Н.А. Нікіфорової, В.Г. Маслової, О.А. Терещенка та інших. Водночас, питання, пов'язані із дослідженням різноманітних підходів до рейтингової оцінки, на наш погляд, вивчені та висвітлені недостатньо.

Мета даної статті полягає у дослідженні змісту та специфіки рейтингової оцінки схильності підприємств до банкрутства. Завдання дослідження підпорядковані

досягненню поставленої мети і спрямовані на вивчення сутності та принципів рейтингової оцінки схильності підприємств до банкрутства; дослідження підходів до аналізу фінансової стійкості підприємства на основі рейтингової оцінки; аналіз переваг і недоліків методів прогнозування схильності підприємств до банкрутства на базі рейтингової оцінки.

Одними з перших досліджень у галузі оцінки схильності підприємства до банкрутства є праці А. Вінакора та Р. Сміта, які проаналізували результати діяльності 183 підприємств з 1921 р. по 1930 р.; П. Фіцпатріка, який провів аналіз результатів діяльності 39 підприємств по 13 коефіцієнтам за 1920-1929 рр.; К. Мервіна, який дослідив звітність 939 компаній за період з 1926 р. по 1936 р. Усі дослідники намагалися розробити методику прогнозування банкрутства на основі аналізу окремих фінансових коефіцієнтів.

Аналізуючи досягнення сучасної економічної науки, на нашу думку, слід виділити 3 групи методів оцінки схильності підприємств до банкрутства: 1. Методи, що ґрунтуються на рейтинговій оцінці переважно якісних ознак та параметрів діяльності компанії (метод А-рахунку Аргенті, метод Скоуну тощо); 2. Методи, що ґрунтуються на рейтинговій оцінці фінансових коефіцієнтів; 3. Методи, що базуються на лінійному дискримінантному аналізі і побудові регресійних моделей (моделі Альтмана, Дж. Блісса, Дж. Фулмера тощо). Більш детально проаналізуємо методи II групи. Застосування зазначених методів базується на розрахунку фінансових коефіцієнтів, порівнянні їх значень з граничними межами та призначенні кожному коефіцієнту певної кількості балів. Отримана сума балів є основою для віднесення підприємства до певного класу у відповідності з ризиком банкрутства. Розглянемо детальніше різні підходи до рейтингової оцінки.

Система індикаторів фінансового стану У. Бівера, заснована на аналізі п'яти показників фінансово-господарського стану підприємства: коефіцієнта покриття активів підприємства власним оборотним капіталом; рентабельності активів; коефіцієнта Бівера; коефіцієнта покриття; фінансового левериджу (який розраховується за специфічною формулою, наведеною нижче). Для кожного показника американським науковцем У. Бівером в 1966 р. було розраховано граничні значення, порівнюючи отримані в результаті розрахунків значення коефіцієнтів з граничними межами можна визначити схильність підприємства до банкрутства [2, с.83].

Таблиця 1. Формула розрахунку показників та їх граничні межі

Показник	Метод розрахунку	Значення показника		
1	2	3	4	5
Коефіцієнт Бівера	$\frac{\text{чистий прибуток} + \text{амортизація}}{\text{зобов'язання підприємства}}$	$\geq 0,4$	$0,4 > K > 0,17$	$\leq -0,15$
Рентабельність активів	$\frac{\text{чистий прибуток}}{\text{активи підприємства}}$	$\geq 0,06$	$0,06 > K > 0,04$	$\leq -0,22$
Фінансовий леверидж	$\frac{\text{зобов'язання підприємства}}{\text{активи підприємства}}$	$\leq 0,37$	$0,37 > K \leq 0,5$	$\leq 0,8$
Коефіцієнт покриття активів власним оборотним капіталом	$\frac{\text{власний капітал} - \text{необоротні активи}}{\text{активи підприємства}}$	$\geq 0,4$	$0,3 \geq K > 0,06$	$\leq 0,06$
Коефіцієнт покриття	$\frac{\text{Оборотні активи}}{\text{короткострокові зобов'язання}}$	$\geq 3,2$	$2 > K > 1$	≤ 1

*Джерело: [2, p.71-111]

Стовпчик №3 Таблиці 1. характеризує фінансово стійкі і не схильні до банкрутства підприємства, стовпчик №4 – підприємства, що знаходяться за 5 років до банкрутства, стовпчик №5 – підприємства, що знаходяться за 1 рік до банкрутства. На жаль, методика У. Бівера не надає жодної інформації щодо ймовірності отриманого з її допомогою прогнозу. Якщо 3 або більше показників знаходяться у граничних значення стовпчика № 3, 4 або 5, то це свідчить про не схильність чи, навпаки, схильність до банкрутства.

Система кредитного скоринга Д. Дюрана була розроблена в 1941 р. у США і базується на аналізі 3 показників: *рентабельності сукупного капіталу*, що розраховувалася як відношення чистого прибутку до валюти

балансу підприємства; *коефіцієнта поточної ліквідності*, що розраховувався як відношення оборотних активів до поточних зобов'язань підприємства; *коефіцієнта фінансової незалежності*, що розраховувався як відношення власного капіталу до валюти балансу підприємства. Принципи кредитного скоринга згодом були розвинуті у моделі У. Бівера в 1966 р. В рамках системи скоринга Д. Дюраном для кожного з показників було розраховано граничні значення. Порівнюючи отримані в результаті розрахунків значення коефіцієнтів з граничними межами можна визначити до якого класу відноситься підприємство і оцінити ризик банкрутства підприємства у майбутньому [3, с. 217-218].

Таблиця 2. Класи підприємств за ризиком банкрутства

Показники	Класи підприємств				
	I	II	III	IV	V
Рентабельність сукупного капіталу, %	≥ 30 (50 Б.)	$30 > K \geq 20$ (49,9-35 Б.)	$20 > K \geq 10$ (34,9-20 Б.)	$10 > K \geq 1$ (19,9-5 Б.)	$K < 1$ (0 Б.)
Коефіцієнт поточної ліквідності	≥ 2 (30 Б.)	$2 > K \geq 1,7$ (29,9-20 Б.)	$1,7 > K \geq 1,4$ (19,9-10 Б.)	$1,4 > K \geq 1,1$ (9,9-1 Б.)	$K < 1$ (0 Б.)
Коефіцієнт фінансової незалежності	$\geq 0,7$ (20 Б.)	$0,7 > K \geq 0,45$ (19,9-10 Б.)	$0,45 > K \geq 0,3$ (9,9-5 Б.)	$0,3 > K \geq 0,2$ (5-1 Б.)	$K < 0,2$ (0 Б.)
Загальна кількість балів	100	99-65	64-35	34-6	0

*Джерело: [3]

Розрахувавши значення коефіцієнтів на основі даних таблиці 2. можна визначити загальну суму балів підприємства, а також відповідний клас, до якого воно відноситься. Підприємства I класу є фінансово стійкими, ймовірність банкрутства при цьому наближається до нуля. Підприємства II класу характеризуються зниженням платоспроможності, проте ймовірність банкрутства при цьому залишається низькою. Підприємства III класу характеризуються середньою ймовірністю банкрутства (50–60%), проте ситуація може бути покращена в результаті застосування комплексу заходів у галузі антикризового управління. Підприємства IV класу відзначаються високим ризиком банкрутства, що вимагає термінового запровадження режиму санації підприємства. Підприємства V класу вважаються неплатоспроможними, ймовірність їх ліквідації є високою, одним із шляхів виходу із ситуації є реорганізація підприємства.

Методика Казанського державного університету, що ґрунтується на затвердженій Постановою Уряду Російської Федерації №498 методики виявлення незадовільної структури балансу неплатоспроможних підприємств. Зазначена методика базується на 3 коефіцієнтах: *коефіцієнті поточної ліквідності* ($K_{лн}$) – відношення оборотних активів до поточних зобов'язань; *коефіцієнті забезпеченості власними оборотними коштами* (K_3) – відношення різниці власного капіталу і необоротних активів до оборотних активів підприємства; *коефіцієнті відновлення (втрати) платоспроможності* ($K_{вл}$), що розраховується за формулою (1):

$$K_{вл} = \frac{K_{л1} + \frac{t}{T} * (K_{л1} - K_{л0})}{K_{лн}} \quad (1)$$

де: $K_{л1}$, $K_{л0}$ – значення $K_{л}$ відповідно наприкінці і на початку звітного періоду; t – період відновлення (втрати) платоспроможності; T – тривалість звітного періоду (3,6,9 або 12 місяців); $K_{лн}$ – нормативне значення $K_{л}$.

Оцінка ризику банкрутства підприємства здійснюється наступним чином.

1. Якщо значення коефіцієнтів на кінець звітного періоду відповідають наступній умові – $K_{л1} < 2$, а $K_{31} < 0,1$; то структура балансу підприємства вважається незадовільною, а саме підприємство неплатоспроможним. Як зрозуміло, нормативне значення *коефіцієнта поточної ліквідності* – 2 (у той же час, в Україні згідно з державною методикою нормативне значення – 1). У випадку незадовільної структури балансу розраховується коефіцієнт $K_{вл}$ при значенні $t = 6$, а $K_{лн} = 2$. Якщо $K_{вл} > 1$ – підприємство володіє достатнім фінансово-господарським потенціалом для відновлення платоспроможності. Якщо $K_{вл} < 1$ – підприємству загрожує ліквідація.

2. Якщо значення коефіцієнтів на кінець звітного періоду відповідають наступній умові – $K_{л1} > 2$, а $K_{31} > 0,1$; то структура балансу підприємства вважається задовільною, а підприємство платоспроможним. У випадку задовільної структури балансу розраховується коефіцієнт $K_{вл}$ при значенні $t = 3$, а $K_{лн} = 2$. Якщо $K_{вл} > 1$ – підприємство характеризується фінансовою стійкістю, ймовірність банкрутства є низькою. Якщо $K_{вл} < 1$ – під-

приємство схильне до втрати платоспроможності у майбутньому, ризик банкрутства при цьому зростає.

Представники Казанського державного університету пропонують використовувати наступні граничні значен-

ня коефіцієнту поточної ліквідності, фінансового левериджу та Z-рахунка Альтмана:

Таблиця 3. Класи підприємств за ризиком банкрутства

Галузь діяльності	Значення показників		
	I клас	II клас	III клас
Промисловість			
Коефіцієнт фін. левериджу	< 0,8	0,8 – 1,5	> 1,5
Коефіцієнт поточної ліквідності	> 2,0	1,0 – 2,0	< 1,0
Z-рахунок Альтмана	> 3,0	1,5 – 3,0	< 1,5
Роздрібна торгівля			
Коефіцієнт фін. левериджу	< 1,8	1,8 – 2,9	> 3,0
Коефіцієнт поточної ліквідності	> 0,8	0,5 – 0,8	< 0,5
Z-рахунок Альтмана	> 2,5	1,0 – 2,5	< 1,0

*Джерело: [5]

Підприємства I класу характеризуються фінансовою стійкістю, відмінним фінансово-господарським станом. Ймовірність банкрутства наближається до нуля. Підприємства II класу характеризуються зниженням платоспроможності, а також задовільним фінансово-господарським станом. Проте ймовірність банкрутства при цьому залишається низькою. Підприємства III класу характеризуються потенційною або фактичною неплатоспроможністю, а також незадовільним фінансово-господарським станом. Ймовірність банкрутства при цьому є високою. На думку російських науковців, зазначену методику слід доповнювати аналізом коефіцієнта загальної платоспроможності та коефіцієнта оцінки тягаря прострочених зобов'язань. Коефіцієнт оцінки тягаря прострочених зобов'язань ($K_{ТПЗ}$) розраховується для України як відношення обсягу прострочених понад 3 місяці зобов'язань підприємства до розміру 300 мінімальних заробітних плат, що є мінімальним розміром прострочених зобов'язань, який, відповідно до законодавства України, є основою для початку провадження у справі про банкрутство. Коефіцієнт загальної платоспроможності розраховується формулою (2):

$$K_{зп} = \frac{НА + ОА}{ЦФ + ДЗ + ПЗ - ДМП} \quad (2)$$

де: НА, ОА – відповідно необоротні та оборотні активи; ЦФ – цільове фінансування; ДЗ, ПЗ – відповідно довгострокові та поточні зобов'язання; ДМП – доходи майбутніх періодів.

Якщо $K_{ТПЗ} \geq 1$, а $K_{зп} < 2$ – підприємству загрожує банкрутство, якщо навпаки – підприємство є фінансово стійким. Якщо $K_{ТПЗ} < 1$, а $K_{зп} < 2$ – підприємство характеризується порушенням фінансової рівноваги, а у майбутньому у підприємства можуть виникнути проблеми з поверненням залучених на тимчасовій основі коштів.

Методика консалтингової компанії "ІНЕК". Зазначена методика розроблена в Російській Федерації і базується на 5 коефіцієнтах: *рентабельність власного капіталу* ($P_{ВК}$) – відношення чистого прибутку до власного капіталу; *коефіцієнта автономії* (K_A) – відношення власного капіталу до валюти балансу; *коефіцієнта покриття необоротних активів власним капіталом* ($K_{ПНА}$) – відношення власного капіталу до необоротних активів; *тривалість обороту кредиторської заборгованості* ($T_{КЗ}$) – відношення кредиторської заборгованості до чистого доходу, помножене на 360 днів; *тривалість обороту чистого виробничого оборотного капіталу*, що розраховується за формулою (3):

$$T_{Вок} = \frac{ТМЗ + ДЗ - КЗ}{ЧД} * 360 \quad (3)$$

де: ДЗ, КЗ – відповідно дебіторська і кредиторська заборгованість; ТМЗ – товарно-матеріальні запаси; ЧД – чистий дохід підприємства.

Ризик банкрутства підприємства визначається за даними таблиці 4:

Таблиця 4. Принципи рейтингової оцінки коефіцієнтів

Показник	Граничні значення			
$P_{ВК}$	> 0,33*і	0,33*і – 0,25*і	0,25*і – 0	< 0
K_A , %	> 70	60 – 69	50 – 59	< 50
$K_{ПНА}$	> 1,1	> 1,0	1,0 – 0,8	< 0,8
$T_{КЗ}$, днів	< 60	61 – 90	91 – 180	> 180
$T_{Вок}$, днів	1 – 30	> 30 або -10 – 0	-11 – -30	< -30
Кількість балів за 1 коефіцієнт	5	3	1	0
Загальна кількість балів	25	15	5	0

*Джерело: [4]

Якщо загальна кількість балів (рейтинг) 21-25 – підприємство характеризується фінансовою стійкістю, відмінним фінансово-господарським станом, ймовірність банкрутства наближається до нуля. Якщо рейтинг 11-20 – підприємство характеризується фінансовою стійкістю, задовільним фінансово-господарським станом, а ймовірність його банкрутства залишається низькою. Водночас, підприємство чутливе до коливань ринкової кон'юнктури і тому вимагає більш виваженого і ефективного управління. Якщо рейтинг 4-10 – підприємство характеризується порушенням фінансової стійкості, низькою рентабельністю, погіршенням фінансово-господарського стану, а ймовірність його банкрутства знаходиться на середньому рівні. Підприємство вимагає здійснення

системи заходів у сфері антикризового управління. Якщо рейтинг 0-3 – підприємство характеризується відсутністю фінансової стійкості, збитковістю, незадовільним фінансово-господарським станом, а ймовірність його банкрутства є високою. Підприємство перебуває у фінансовій кризі і вимагає здійснення системи санаційних заходів з метою уникнення ліквідації [4, с.23].

Методика рейтингової оцінки Л.В. Донцової і Н.А. Нікіфорової. Зазначена методика базується на 6 коефіцієнтах: *коефіцієнт абсолютної ліквідності* ($K_{АЛ}$) – відношення суми грошових коштів, їх еквівалентів та короткострокових фінансових вкладень до поточних зобов'язань; *коефіцієнт швидкої ліквідності* ($K_{ШЛ}$) – відношення суми грошових коштів, їх еквівалентів, ко-

роткострокових фінансових вкладень і дебіторської заборгованості до поточних зобов'язань; коефіцієнт поточної ліквідності (K_L); коефіцієнт автономії (K_A); коефіцієнт забезпеченості власним оборотним капіталом (K_3); коефіцієнт забезпеченості запасів власними

коштами (K_{33}) – відношення різниці власного капіталу і необоротних активів до вартості товарно-матеріальних запасів підприємства [5, с.281-283].

Ризик банкрутства підприємства визначається за даними таблиці 5:

Таблиця 5. Класи підприємств за ризиком банкрутства

Показники	Значення показників і бали					
	I клас	II клас	III клас	IV клас	V клас	VI клас
K_{AL}	> 0,25 (20)	0,2 (16)	0,15 (12)	0,1 (8)	0,05 (4)	< 0,05 (0)
$K_{шл}$	> 1 (18)	0,9 (15)	0,8 (12)	0,7 (9)	0,6 (6)	< 0,5 (0)
K_L	> 2 (15)	1,9-1,7 (15-12)	1,6-1,4 (10,5-7,5)	1,3-1,1 (6-3)	1,0 (1,5)	< 1 (0)
K_A	> 0,6 (17)	0,59-0,54 (15-12)	0,53-0,43 (11,4-7,4)	0,42-0,41 (6,5-1,8)	0,4 (1)	< 0,4 (0)
K_3	> 0,5 (15)	0,4 (12)	0,3 (9)	0,2 (6)	0,1 (3)	< 0,1 (0)
K_{33}	> 1 (15)	0,9 (12)	0,8 (9)	0,7 (6)	0,6 (3)	< 0,5 (0)
Сума балів	100	85	64	41,5	18,5	0

*Джерело: [5].

I клас (100-86 балів) – фінансово стійкі підприємства з відмінною структурою балансу, ймовірність банкрутства наближається до нуля. II клас (85-64 балів) – підприємства, що характеризуються фінансовою стійкістю, задовільним фінансово-господарським станом, ймовірність банкрутства залишається низькою. III клас (63-41 бали) – підприємства, що характеризуються порушенням фінансової стійкості, низькою рентабельністю, погіршенням фінансово-господарського стану, ймовірність банкрутства складає 30-40%, можливо є затримка платежів по кредитам. IV клас (41-28 балів) – підприємства, що характеризуються незадовільним фінансово-господарським станом і вимагають ефективного антикризового управління, ймовірність банкрутства складає 50-60%. V клас (27-18) – підприємства, що характеризуються відсутністю фінансової стійкості, збитковістю, незадовільним фінансово-господарським станом, ймовірність банкрутства є високою (70-80%). Підприємство перебуває у фінансовій кризі і вимагає здійснення системи санаційних заходів з метою уникнення ліквідації. VI клас (менше 18 балів) – підприємства, що перебувають у глибокій фінансовій кризі і є повністю неплатоспроможними. Ймовірність банкрутства більше 90%, необхідним є початок ліквідаційної процедури або реструктуризації.

Методика рейтингової оцінки Салова А.Н. і Маслова В.Г. Зазначена методика базується на 16 коефіцієнтах: коефіцієнт поточної ліквідності (K_L); коефіцієнт забезпеченості власним оборотним капіталом (K_3); коефіцієнт відношення чистих активів до статутного ка-

піталу (K_{AK}), чисті активи визначаються як різниця валюти балансу і зобов'язань підприємства разом із доходами майбутніх періодів; коефіцієнт рентабельності капіталу (P_K) – відношення чистого прибутку до валюти балансу; коефіцієнт рентабельності власного капіталу (P_{BK}) – відношення чистого прибутку до власного капіталу; коефіцієнт рентабельності продажів (P_L) – відношення чистого прибутку до чистого доходу; коефіцієнт рентабельності поточних витрат (P_{LP}) – відношення чистого прибутку підприємства до сукупних витрат підприємства (у тому числі собівартість та амортизація); коефіцієнт автономії (K_A); коефіцієнт фінансового левериджу ($K_{\Phi L}$) – відношення залученого і власного капіталу; коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (O_D) – відношення чистого доходу до обсягу дебіторської заборгованості; коефіцієнт абсолютної ліквідності (K_{AL}); коефіцієнт швидкої ліквідності ($K_{шл}$); коефіцієнт забезпеченості поточних зобов'язань запасами ($K_{3пз}$) – відношення вартості ТМЗ до поточних зобов'язань підприємства; загальний коефіцієнт оборотності активів (O_{AZ}) – відношення чистого доходу до валюти балансу; коефіцієнт оборотності запасів (O_3) – відношення чистого доходу (або виробничої собівартості) до вартості ТМЗ; коефіцієнт оборотності власного капіталу (O_{BK}) – відношення чистого доходу до вартості власного капіталу підприємства.

Ризик банкрутства підприємства визначається за даними таблиці 6:

Таблиця 6. Класи підприємств за ризиком банкрутства

Показники	Значення показників			
	Зона ризику	Зона небезпеки	Зона стабільності	Зона благополуччя
K_L	< 1,2	1,2 – 1,5	1,5 – 1,8	> 1,8
K_3	< 0,05	0,05 – 0,1	0,1 – 0,15	> 0,15
K_{AK}	< 1,0	1,0 – 1,5	1,5 – 2,0	> 2,0
P_K	< 0,05	0,05 – 0,1	0,1 – 0,15	> 0,15
P_{BK}	< 0,07	0,07 – 0,15	0,15 – 0,2	> 0,2
P_L	< 0,1	0,1 – 0,2	0,2 – 0,3	> 0,3
P_{LP}	< 0,15	0,15 – 0,3	0,3 – 0,4	> 0,4
K_A	< 0,5	0,5 – 0,65	0,65 – 0,8	> 0,8
$K_{\Phi L}$	> 0,8	0,8 – 0,5	0,5 – 0,2	< 0,2
O_D	> 0,15	0,15 – 0,1	0,1 – 0,05	< 0,05
K_{AL}	< 0,2	0,2 – 0,3	0,3 – 0,4	> 0,4
$K_{шл}$	< 0,7	0,7 – 0,85	0,85 – 1,0	> 1,0
$K_{3пз}$	< 0,4	0,4 – 0,6	0,6 – 0,8	> 0,8
O_{AZ}	< 0,4	0,4 – 0,6	0,6 – 0,8	> 0,8
O_3	< 2,0	2,0 – 3,0	3,0 – 4,0	> 4,0
O_{BK}	< 0,8	0,8 – 0,9	0,9 – 1,0	> 1,0

*Джерело: [6]

Аналіз фінансових коефіцієнтів здійснюється шляхом порівняння їх значень із граничними значеннями. Для кожного коефіцієнта розраховується оцінка у балах залежно від зони, в яку він потрапляє: зона ризику – 0 балів; зона небезпеки – 1 бал; зона стабільності – 3 бали; зона благополуччя – 5 балів. Потім підраховується сума балів: від 80 до 60 балів – підприємство фінансово стійке і йому не загрожує банкрутство; від 59 до 40 балів – у підприємства понижені показники платоспроможності і задовільний фінансовий стан, ймовірність банкрутства низька; від 39 до 20 балів – підприємство втрачає фінансову стійкість, має незадовільний фінансово-господарський стан, ймовірність банкрутства середня; менше 20 балів – підприємство перебуває у глибокій фінансовій кризі, ймовірність банкрутства висока, підприємству загрожує ліквідація.

Підсумовуючи дослідження слід зазначити, що методи рейтингової оцінки схильності підприємств до банкрутства дозволяють точно оцінити ймовірність порушення їх фінансової стійкості на основі аналізу даних фінансової звітності. Зазначені методи володіють рядом переваг і недоліків. Серед переваг: простота застосування; порівняно висока точність оцінки; універсальність (на противагу дискримінантним моделям), придатність до застосування в країнах з різною економічною кон'юктурою. Водночас, серед їх недоліків: необхідність врахування під час оцінки галузевої специфіки підприємства; потреба у повній і достовірній інформації щодо фінансово-господарського стану підприємства; недостат-

ньо широке охоплення окремими підходами фінансових коефіцієнтів, які є індикаторами зниження платоспроможності; необхідність у застосуванні кількох підходів одночасно для отримання більш ґрунтовної і достовірної оцінки схильності підприємства до банкрутства.

Актуальність і гострота проблеми забезпечення фінансової стійкості вітчизняних підприємств та підвищення ефективності управління їх фінансово-господарською діяльністю свідчить про об'єктивну необхідність подальшого розвитку теоретико-методологічного базису дослідження методів оцінки схильності підприємств до банкрутства. Комплексного аналізу потребують методи прогнозування банкрутства засновані на дискримінантному аналізі, а також на рейтинговій оцінці якісних параметрів діяльності підприємств.

1. Аналітична інформація щодо реалізації державної політики у сфері банкрутства [Електронний ресурс] // Державним департаментом з питань банкрутства: [сайт]. – Режим доступу: http://www.sdb.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=47511&cat_id=38904. – Назва з екрана.
2. Beaver W. Financial ratios predictors of failure [текст] / W. Beaver // Journal of Accounting Research. – 1966. – Vol.4. – P.71-111.
3. The Credit Scoring Toolkit: Theory and Practice for Retail Credit Risk Management and Decision Automation [текст] / R. Anderson. – Oxford: Oxford University Press, 2007. – 790 p.
4. Самойлов Л. Метод оценки финансового положения заемщика при формировании резервов на возможные потери по ссудам [текст] / Л. Самойлов, А. Чистяков // Банки и технологии. – 2005. – №2. – С.21-29.
5. Донцова Л.В. Анализ финансовой отчетности [текст]: учебник / Донцова Л.В., Никифорова Н.А. – М.: Дело и Сервис, 2006. – 368 с.
6. Бородин К.В. Основы специальной теории и прикладные аспекты финансовой диагностики [текст] / К.В. Бородин. – Воронеж: ВГУ. – 2003. – 138 с.

Надійшла до редколегії 26.04.11

УДК 005:366.12:001.895

В. Журило, канд. екон. наук, доц.

ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧИХ МОТИВАЦІЙ НА РИНКАХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

У статті розглянуто структуру мотиваційного процесу споживачів продуктів технологічних інновацій, здійснено класифікацію споживчих мотивів, визначено зовнішні та внутрішні стимули формування мотивації споживачів.

Ключові слова: продукти технологічних інновацій, мотиви, процес мотивації споживачів, внутрішні стимули, зовнішні стимули.

Рассмотрена структура мотивационного процесса потребителей продуктов технологических инноваций, предложена классификация потребительских мотивов, определены внешние и внутренние стимулы, влияющие на формирование мотивации потребителей.

Ключевые слова: продукты технологических инноваций, мотивы, процесс мотивации потребителей, внутренние стимулы, внешние стимулы.

The article is devoted to the structure of consumers' motivation process on technology innovation markets, the classification of consumer' motive is proposed, the internal stimulus (drives) and external influences are revealed.

Keywords: technology innovation products, motives, consumers' motivation process, internal stimulus (drives), external influences.

На нинішньому етапі свого розвитку маркетинг як наука та практика підприємницької діяльності переорієнтувався з проблем організації збуту та формування каналів розподілу продукції на прийняття підприємствами управлінських рішень спрямованих на задоволення потреб цільових ринків. Сучасна концепція маркетингу стверджує, що реалізація інтересів виробника можлива тільки за умови визначення потреб і мотивацій цільових споживачів та забезпечення їх задоволення більш ефективними і продуктивними методами, ніж ті, що використовують конкуренти. Тому особливого значення набуває дослідження ключових мотивацій споживачів, визначення структури та динаміки мотиваційного процесу, чинників актуалізації та впливу на споживчу поведінку. Насамперед це стосується виробників, які працюють у середовищі з високим ступенем ринкової і технологічної невизначеності та діяльності яких пов'язана зі створенням та ринковим впровадженням продуктів технологічних інновацій. Боротьба за купівельну перевагу в середовищі технологій, які швидко змінюються, жорсткої конкуренції і неможливості споживача

відразу розібратися в усіх технологічних тонкощах продукту вирізняється особливою складністю та потребує виважених стратегічних рішень.

Проблеми дослідження споживчих мотивацій, формування та структури мотиваційної сфери людини в процесі її ринкової поведінки розглядаються у численних наукових працях іноземних та вітчизняних фахівців, таких як Д. Бетмен, Р. Блеквелл, С. Браун, Р. Голдсміт, Д. Енджел, В.І. Ільїн, П. Мініард, М. Соломон, Д. Статт, Г. Фоксол, А. Чаудхурі, Л. Шиффман. Особливо слід відзначити науковців у галузі психології, розробки яких сформували теоретичне підґрунтя для дослідження поведінки людини як споживача. Так, значний внесок у розвиток мотиваційних теорій внесли З. Фрейд, Дж. Уотсон, Б. Ф. Скіннер, Дж. Роттер, Г. Келлі, Х. Хекхаузен, Дж. Аткинсон, Д. Макклеланд, А. Маслоу та інші. Багато наукових праць присвячено питанням функціонування ринків інноваційних товарів, дослідженню особливостей ринкової діяльності суб'єктів господарювання на зазначених ринках. Серед вітчизняних та іноземних авторів можна виокремити праці Н.П. Гончарової,

А.І. Грабченка, О.І. Жилінської, М.А. Йохни, Ю.В. Каракая, Р. Патори, П.Г. Перерви, Л.І. Федулової, Н.І. Чухрай, О.К. Шафалюка, К. Крістенсена, Р. Моріарті, Д. Мура, Д. Райнза, Г. Рігза, В. Шанкліна, С. Шейна. Але у більшості робіт недостатньо повно розкрито особливості формування мотивацій споживачів при купівлі інноваційних товарів, досліджено структуру та динаміку мотиваційного процесу.

Метою статті є розкрити структуру та особливості процесу формування мотивацій споживачів продуктів технологічних інновацій, дослідити чинники актуалізації та впливу на формування споживчої мотивації.

Перед тим як проаналізувати суть і структуру мотиваційного процесу споживачів, вважаємо за необхідне розглянути основні теоретичні концепції мотивацій, розроблені відомими ученими-психологами, які порізно пояснювали природу людської поведінки. Ключові моменти кожної теоретичної позиції дають нам змогу глибше розглянути окремі аспекти ринкової поведінки споживачів продуктів технологічних інновацій, структуру їх мотиваційного процесу. З огляду на те, що кількість таких теорій досить велика, стисло розглянемо ті теорії, які широко використовуються нині в маркетинговій діяльності, виокремивши їх основну суть.

Психоаналітичні теорії мотивації. Цей напрям у вивченні активності людини виник з появою психоаналітичної теорії З. Фрейда, яка є прикладом психодинамічного підходу до вивчення поведінки людини. Згідно з ученням Фрейда, мотивація людини повністю ґрунтується на енергії збудження, яке генерується тілесними потребами, і будь-які прояви людської активності – мислення, сприйняття, відчуття, прагнення – визначаються інстинктами. Люди поведуться так чи інакше тому, що їх спонукає несвідома напруга і їхні дії спрямовані на зменшення цієї напруги. При цьому значення чинників зовнішнього середовища людини вторинне порівняно з первинністю біологічних зумовлених інстинктів [5, с.111–118]. Нині не існує об'єктивної оцінки значення і важливості психодинамічної теорії Фрейда для вивчення поведінки споживача. Проте можна стверджувати, що споживач реагує на образи і спонуки, пов'язані в підсвідомості з продуктом. Особливо це актуально в ситуації, коли спостерігається значна схожість між продуктами і вибір споживача більшою мірою пояснюється емоційним ставленням. Продукти і торгові марки інтерпретуються в символічних термінах і пов'язуються з підсвідомими бажаннями споживачів.

Біхевіористичні теорії мотивації. Послідовники цієї теорії (Дж. Уотсон, Б. Ф. Скіннер) пояснюють поведінку людини через схему "стимул – реакція", розглядаючи подразник як активне джерело реакції і діяльності людини. З позиції цих дослідників, динамічною умовою поведінки є реактивність організму – його здатність відповідати специфічним чином на подразники. При цьому наголошується, що організм не завжди реагує на дію зовнішнього стимулу, у зв'язку з чим спостерігаються відмінності в реактивності, а мотивацію розуміють як стан, функція якого полягає в зниженні порога реактивності організму на подразники. Важливу роль у біхевіористичній теорії відіграє підкріплення, а саме – підкріплювальні стимули. Одним з найсильніших підкріплювальних стимулів Скіннер вважає соціальне схвалення. Отже, ми спостерігаємо істотний вплив референтних груп на вибір споживача, а також на його спосіб життя. Формуються звички і стереотипи поведінки, згідно з якими придбання продукту здійснюється на основі позитивного результату попереднього споживання. Ця теорія пояснює формування у споживачів прихильності до марки і зниження пошукової активності споживача, коли його ринкові пріоритети вже сформувалися.

Когнітивні теорії мотивації. Характерним для цих мотиваційних концепцій є визнання провідної ролі свідомості в детермінації поведінки людини. Когнітивні теорії мотивацій висунули на перший план такі мотиваційні поняття, як соціальні потреби, життєві цілі, когнітивні чинники, життєві цінності, очікування успіху, рівень домагань [1, с.51]. Згідно з цією теорією мислення і дії індивіда визначаються трьома різними чинниками, які взаємодіють і впливають один на одного із змінною інтенсивністю і в різний час: поведінкою; індивідуальними характеристиками; чинниками або подіями навколишнього середовища. З одного боку, на поведінку споживача впливає навколишнє середовище, а з іншого – споживач своєю поведінкою змінює своє оточення. Залежно від сили кожної із змінних поведінку спрямовує або зовнішнє оточення, або внутрішні сили, особистісні і пізнавальні детермінанти.

Як бачимо, наявні теорії і підходи, покликані пояснити активність людини, істотно різняться між собою. Поведінка людей настільки складна і неоднозначна, що не існує єдиного погляду на це питання. Проте правомірно стверджувати, що будь-яка поведінка людини, спрямована на досягнення певної мети, є поведінкою мотивованою, у тому числі її купівельна активність. Схожість у більшості дослідників спостерігається в тому, що майже всі вони за основну функцію спонуки активності і діяльності людини визнають потребу, тому в основі мотиваційного процесу лежать поняття "нестача" і "потреба". *Нестача* – це почуття людини, яке проявляється у відчутті нестачі чогось та супроводжується почуттям дискомфорту (Визначення "нестача", "потреба", "мотив" є загальнопоширеними в економічній літературі, наведений варіант запропоновано проф. А.О. Старостіною [3, с. 10-11]). Людина відчуває нестачу або у зв'язку з фізіологічною діяльністю її організму, або під впливом психологічних процесів. *Потреба* – це нестача, яка набула конкретної форми відповідно до соціокультурних і психологічних властивостей людини. Потреба пов'язана з усвідомленням і розумінням людиною нестачі, яка виникла і внаслідок цього набуває для неї особистої значущості.

Мотив – це нестача, яка стала настільки актуальною, що потребує задоволення. Ми також можемо говорити про те, що мотив – це потреба, нагальність якої є достатньою, щоб спрямувати, мотивувати людину на її задоволення. Виникнення потреби є механізмом, що запускає активність людини на пошук і досягнення мети, яка може задовольнити цю потребу. Потреба виступає внутрішнім спонукачем активності людини, виконуючи таким чином спонукальну функцію. Але потреба стає *мотивом* та підштовхує людину до дій тільки тоді, коли досягає певного рівня інтенсивності. Мотивація, яка лежить в основі споживчої поведінки, є результатом постійного взаємного впливу певного комплексу свідомих і несвідомих, чуттєвих, інтелектуальних, а також культурних і фізіологічних потреб.

Проблема виявлення й аналізу споживчих мотивів полягає в тому, що споживачі рідко коли, приймаючи рішення про купівлю, керуються одним мотивом. Окрім того, мотиви можуть бути не тільки різними, а й різноспрямованими – одні спонукають зробити вибір, інші утруднюють його. Мотиваційна сфера покупця дуже різноманітна, оскільки формується під впливом різних чинників, що впливають на стан споживача. Чинники, що зумовлюють мотиви, формуються, у свою чергу, під впливом внутрішніх (психологічних і когнітивних) і зовнішніх чинників навколишнього середовища. Відчуваючи незадоволену потребу, споживач відчуває напруження. Із збільшенням невідповідності між бажаним і фактичним станом активізується стан нервового збудження, який називається спонукою (поведінка під "напруженням"). Що сильніша спонука, то вища у людини

необхідність якнайшвидше задовольнити нужду, яку вона відчуває. Тому стимул є основою реакції індивіда на напруження, що виникло. Та подальша поведінка людини спрямована на досягнення мети і задоволення потреби, що виникла.

Загальноновизнаним фактом є те, що єдиної і такої, яку можуть застосовувати всі дослідники, класифікації мотивів не існує. Особливість складання класифікації мотивів людини зумовлена передусім цілями та завданнями дослідження і сферою практичного застосування. У практиці маркетингу традиційною є класифікація мотивів споживача на раціональні та емоційні, схожість між якими полягає в тому, що вони одночасно беруть участь у процесі вибору споживача на ринку. Приймаючи рішення про купівлю, споживач не керується тільки раціональними чи тільки емоційними мотивами, хоча значущість і тих і тих мотивів може істотно різнитися для різних сегментів. Використовуючи традиційний підхід, а також зважаючи на специфіку продуктів технологічних інновацій, пропонуємо таку класифікацію основних мотивів споживачів:

1) Раціональна мотивація придбання товару спостерігається у разі купівлі споживачем продукту з метою отримання практичної вигоди від його використання. Раціональну мотивацію можуть формувати такі мотиви:

- *мотив вигоди* – бажання споживача раціонально й економно витратити час, ефективно витратити гроші;

- *мотив зручності* – бажання споживача полегшити, спростити свої дії, витратити менше зусиль на вирішення проблем, поліпшити якість життя і забезпечити високий рівень комфорту;

- *мотив безпеки* – потреба відчувати себе захищеним, бути упевненим у завтрашньому дні, не відчувати страху за своє здоров'я, майно. Забезпечення сталості, стабільності, упевненості в тому, що індивід зможе реалізувати себе в майбутньому, буде затребуваний суспільством.

2) Емоційна мотивація придбання товару пов'язана з прагненням споживача досягти певного емоційного стану та зумовлена суб'єктивними сприйняттями людини, її емоційними очікуваннями від покупки. Емоційну мотивацію можуть формувати такі мотиви:

- *мотив задоволення* – прагнення споживачів задовольняти естетичні потреби, отримувати психологічне задоволення від використання технологічних можливостей продукту;

- *мотив самореалізації* – внутрішня потреба в особистісному зростанні і розвитку, в досягненні успіху, самоповазі і самоутвердженні; бажання індивіда повністю реалізувати свій потенціал;

- *мотив свободи* – потреба людини в самостійності, незалежності в різних сферах діяльності; підкреслює індивідуальність і незалежність споживача. Бажання бути мобільною, енергійною, займати активну життєву позицію.

3) Соціальна мотивація придбання товару відображає прагнення споживача до соціалізації, демонстрації

своїх досягнень, використання елементів соціального престижу і зумовлена сформованою соціальною позицією продукту як статусного. Соціальну мотивацію формують, на нашу думку, такі мотиви:

- *мотив визнання* – бажання споживача сформувати свій статус у суспільстві, підвищити імідж, привернути увагу оточення;

- *мотив соціальної належності* – прагнення споживача не відставати від оточення, слідувати сучасним тенденціям, відповідати вимогам свого часу, бути компетентним у різних сферах діяльності.

Стадії мотиваційного процесу, їх кількість і внутрішній зміст багато в чому залежать від виду стимулів, під впливом яких починає розгортатися процес формування наміру як етапу мотивації. Західна психологія виокремлює два види мотивації – інтринсивну (внутрішню), пов'язану з особистими диспозиціями: потребами, інтересами, потягами, бажаннями та екстринсивну – зумовлену зовнішніми умовами і обставинами [2, с. 75–80, 89–91]. Потреби як внутрішній чинник не є єдиним джерелом мотивації. Перебуваючи в суспільстві, людина не може не залежати у своїх рішеннях і вчинках від впливу людей, які її оточують. В останньому випадку мотивацію називають зовнішньостимульованою, або зовнішньоорганізованою, маючи на увазі при цьому, що обставини, умови або ситуація набувають значення для мотивації тоді, коли стають значущими для задоволення потреб, бажань людини. Використовуючи й інтерпретуючи це положення в аспекті ринкової поведінки споживачів, розглянемо три підходи до процесу мотивації і виокремимо три групи спонукальних чинників – внутрішні, зовнішні і ситуативні.

Перший підхід: внутрішньоорганізована мотивація або мотивація, зумовлена внутрішніми стимулами. Суть цього підходу полягає в тому, що формування мотиву відбувається під впливом внутрішніх потреб людини. Стимулом для розгортання мотиваційного процесу є біологічна потреба людини, яка проявляється у вигляді нужди, що має психогенне походження. У нашому випадку ми виокремили такі потреби індивіда, які формуються під впливом внутрішніх психологічних процесів, а також особливостей особистості – споживача інноваційних товарів:

- потребу в знанні та інтелектуальному розвитку;
- потребу у реалізації творчого потенціалу;
- потребу в нових враженнях, задоволеннях;
- потребу в індивідуальності;
- потребу у свободі та незалежності.

Зазначені потреби призводять до виникнення внутрішнього дискомфорту і спрямовують поведінку людини на їх задоволення. В аспекті ринкової поведінки – на пошук задоволень, здатних, на думку споживача, реалізувати потребу, що виникла. Процес внутрішньоорганізованої мотивації має три етапи (рис. 1).

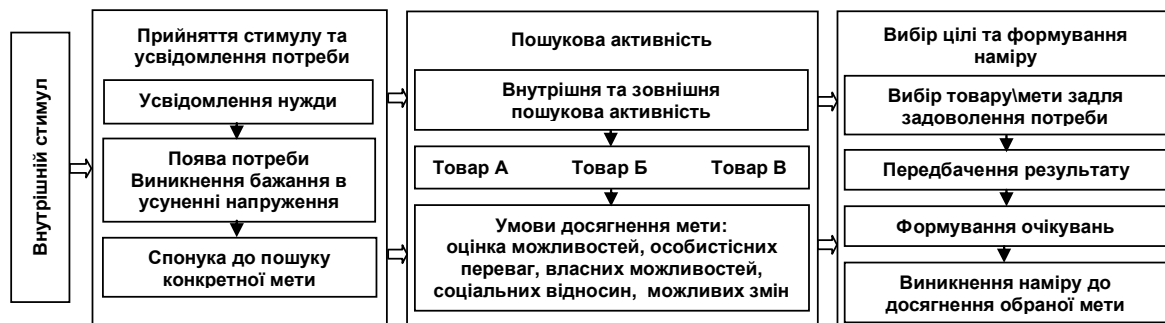


Рис. 1. Схема формування мотиву, зумовленого внутрішніми стимулами

*Джерело: складено автором на основі підходу, запропонованого Є. Ільїним [2, с. 76]

Перший етап складається з формування потреби і спонуки до пошукової активності. Людина відчуває необхідність щось зробити, аби знизити напруження, що виникло. Під впливом прагнення усунути це напруження виникає спонук до пошуку шляхів і засобів задоволення потреби. На цьому етапі предмет задоволення потреби виступає як узагальнений образ або абстрактна мета. Наступний етап формування мотиву характеризується зовнішньою і внутрішньою пошуковою активністю людини. Внутрішня пошукова активність полягає в аналізі споживачем попереднього досвіду розв'язання цієї проблеми, його індивідуального ставлення до цієї потреби, наявних переконань. Здійснюючи такий пошук, він зверне особливу увагу на придбані раніше товари, які сприяли зняттю напруження і розв'язанню аналогічної ситуації. Споживачеві здебільшого недостатньо сформувати намір і прийняти рішення, ґрунтуючись тільки на внутрішньому пошуку, він вдається до зовнішнього пошуку. Зовнішня пошукова активність полягає у вивченні й аналізі того, як у такій ситуації поведуться друзі, знайомі, авторитетні люди, які продукти вони купують. Окресливши коло предметів, на яких він зупинив свій вибір у результаті пошуку, споживач приступає до оцінки можливостей щодо їх досягнення. Ми виокремили такі групи чинників, що враховуються при розгляді різних варіантів задоволення потреби і впливають на вибір конкретної мети:

- оцінка можливостей – наявність засобів досягнення мети, витрати зусиль і часу;
- врахування особистісних переваг – рівень домагань, схильностей, переконань, цінностей, відносин;
- врахування власних можливостей – наявність знань, умінь, навичок;
- врахування соціальних відносин – аналіз соціальних цінностей, установок, норм;
- врахування можливих змін – зміна способу життя, суб'єктивна оцінка досягнення успіху і задоволення потреби.

Чинники, що враховуються у процесі формування мотиву, становлять мотиваційне поле, яке може бути широким – коли враховується багато чинників, і вузьким – коли розглядаються один-два чинники. Зважаючи на складність досліджуваних продуктів, високий рівень технологічних і ринкових ризиків, вірогідність неоднозначного соціального ставлення до новинки, відсутність необхідних для споживача знань і навичок, припускаємо, що його мотиваційне поле дуже широке. Через це процес мотивації ускладнюється, підвищується ймовірність вибору споживачем іншого продукту/мети або примусового зниження інтенсивності потреби самим споживачем чи відмови від її задоволення. У зв'язку з цим постає необхідність дослідити роль і значущість чинників, які становлять мотиваційне поле і впливають на вибір споживача. На третій стадії формування мотиву відбувається вибір конкретної мети і формування наміру.

Другий підхід: зовнішньоорганізована мотивація або мотивація, зумовлена зовнішніми стимулами. На активізацію процесу мотивації ринкового суб'єкта можуть вплинути різні зовнішні стимули, або мотиватори, ініційовані як виробником (рекламні звернення через ЗМІ або демонстрація продукту), так і людьми, що оточують споживача. Зовнішні стимули здатні впливати на мотиваційний процес на різних його етапах. Вони або активізують певні потреби і мотиваційну сферу

споживача, або впливають на вже розпочатий процес формування мотиву, тим самим стимулюючи і збільшуючи його силу. Як зовнішній стимул виробник використовує товар і комплекс маркетингових комунікацій, що покликаний впливати на процес формування мотиву і поведінку споживача.

Існує варіант формування мотиву, коли детермінантом поведінки виступають певні товари, які викликають у людини бажання ними володіти. Ці товари здатні активізувати купівельну поведінку навіть у тих випадках, коли відповідна потреба не була до того актуалізована. У цій ситуації розгортається мотиваційний процес, пов'язаний з наміром заволодіти предметом. При цьому потрібно пам'ятати, що не кожна причинна зумовленість поведінки може вважатися мотивом, а тільки та, яка пов'язана з внутрішніми спонукками людини. Загальну послідовність основних етапів мотиваційного процесу споживача можна надати у такому вигляді:

Зовнішній стимул (отримання споживачем інформації про товар) ⇒ Прийняття стимулу та усвідомлення потреби ⇒ Пошукова активність ⇒ Вибір мети/товару та формування наміру.

Реакція споживача на зовнішній вплив і прийняття/неприйняття стимулів залежать, на нашу думку, від чотирьох груп чинників. Перша група чинників пов'язана з особистісними характеристиками споживача: його інтересами, поглядами, переконаннями, новаторством, установками, самооцінкою, пізнавальною активністю, попереднім купівельним досвідом. Друга група чинників формується ринковими характеристиками виробника, а саме: досвідом роботи на ринку, ринковим авторитетом, інтенсивністю технологічних нововведень, наявністю невдалих товарів, іміджем марки. Третя група чинників – ситуативних – визначається ступенем інформованості споживача про способи/товари, кількість варіантів вирішення проблеми, складність рішення, що приймається, і ступенем невизначеності щодо способу вирішення цієї проблеми, а також лояльністю або прихильністю споживача до марки і виробника. Четверта, остання група складається із "соціальних норм" ринкової поведінки, яких дотримується споживач, звертаючи увагу на позитивне або негативне ставлення суспільства до виробника, реакцію на новий технологічний продукт, тобто на соціальне схвалення вирішення існуючої проблеми у такий спосіб.

Окрім перелічених чинників, суттєву роль відіграє рівень усвідомлення споживачем проблеми або етап, на якому перебуває формування мотиву. В процесі інформування споживача про спосіб (тобто про товари) розв'язання проблеми, що стоїть перед ним, відбуваються психологічне стимулювання та активізація мотиву. З огляду на це, створюючи/вибираючи мотиватори, виробник повинен враховувати рівень актуалізації потреби, що формується.

Третій підхід: мотивація, зумовлена ситуацією або обставинами. У зазначеному підході як стимул виступає певна ситуація або обставина, в яких опиняється людина і які активізують потребу у придбанні продукту технологічної новизни (рис. 2). Особливістю формування мотиву є те, що кінцева мета не виникає з розвитку потреб людини, вона утворюється паралельно з уже сформованою системою потреб. Наприклад, людина влаштовується на роботу, у зв'язку з чим відчуває необхідність придбати певні товари, використання яких сприятиме її професійному і кар'єрному зростанню.

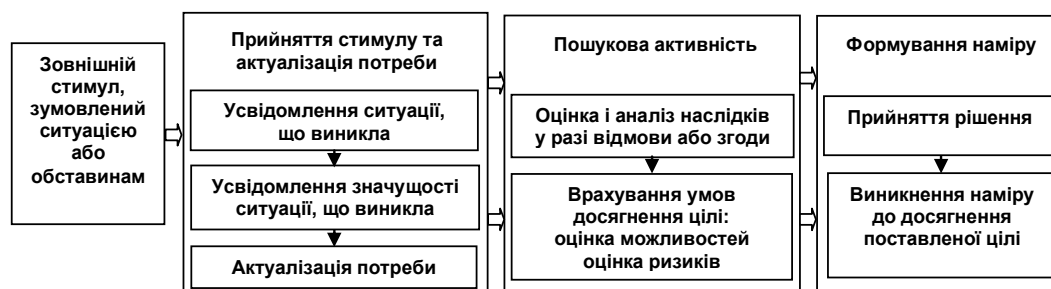


Рис. 2. Схема формування мотиву, зумовленого ситуацією або обставинами

*Джерело: складено автором

Істотним моментом при формуванні мотиву є усвідомлення значущості потреби, що виникла, необхідності її задоволення для досягнення загальної мети, а також усвідомлення можливих наслідків у разі відмови. Якщо загальна мета має високу значущість для людини, у неї формується переконання щодо обов'язкового виконання певних дій, вчинків, прийняття рішень. Тому до процесу формування мотиву споживач підходить як до усвідомленої необхідності.

Назвемо характерні особливості мотиваційного процесу, зумовленого ситуацією або обставинами.

1) На актуалізацію потреби істотно впливає важливість для споживача загальної мети, що послужила усвідомленню потреби, а також її досягнення.

2) Оскільки мета вже сформульована, відпадає необхідність у ретельній внутрішній і зовнішній пошуковій активності.

3) Оцінка можливостей практично позбавлена емоційного ставлення і повністю базується на раціоналізмі.

4) При високій значущості загальної мети оцінка особистих пріоритетів, соціальних відносин, а також можливих змін не відіграватиме істотної ролі в процесі аналізу.

Отже, на розвиток процесу мотивації суттєвий вплив має маркетингова діяльність ринкових суб'єктів. Залежно від наявної інформації про мотивацію своїх цільових споживачів виробник розробляє комплекс маркетингу, перші три елементи якого – товар, ціна, система дистрибуції – виступають елементами мотивації, якими керуються споживачі, приймаючи рішення про купівлю. Четвертий елемент комплексу маркетингу – комплекс маркетингових комунікацій – покликаний впливати на вибір споживача. Наголошується, що інструменти маркетингу найсуттєвіше впливають тоді, коли потреба споживача вже сформована і виробник за допомогою комплексу маркетингу може безпосередньо вплинути на формування потреби в певному продукті, певної марки з певними властивостями. На нашу думку, не можна недооцінювати вплив елементів комплексу ма-

кетингу на етапі актуалізації нужди, на самому початку розгортання мотиваційного процесу.

Дослідження структури і динаміки мотиваційного процесу ринкової поведінки споживача дає можливість ідентифікувати причини такої поведінки та встановити ті причини, які вирішальним чином впливають на його споживчий вибір. Структура та динамічність мотиваційного процесу залежать від виду стимулів, під впливом яких починає розгортатися процес формування наміру як етапу мотивації та активізується ринкова діяльність споживача. Комплекс маркетингу, соціальне оточення споживача або виникнення ситуації, яка активізує потребу у придбанні товару, призводять до формування мотивації, зумовленої зовнішніми стимулами (зовнішньоорганізована мотивація). Внутрішні психологічні процеси індивіда також спонукають його до ринкової активності та активізують внутрішньоорганізовану мотивацію. У ході подальших наукових досліджень, на думку автора, актуальними є питання, пов'язані з дослідженням перебігу когнітивного процесу у споживача та його залучення до процесу прийняття рішення про купівлю. Визначення когнітивних аспектів споживчої мотивації, чинників, що впливають на рівень залучення забезпечать ефективніше управління споживчою поведінкою через розробку відповідного інструментарію комунікаційного впливу на споживача.

1. Верещагіна Л.А. Психология потребностей и мотивация персонала / Л.А. Верещагіна, И.М. Карелина. – [2-е изд.]. – Харьков: Изд-во Гуманитарный центр, 2005. – 156 с. 2. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы / Ильин Е.П. – СПб.: Питер, 2004. – 509 с. – (Серия "Мастера психологии"). 3. Методические указания по дисциплине "Теории потребителских мотиваций" для студентов факультета менеджмента и маркетинга по специальности "Маркетинг" для всех форм обучения / [сост.: А.А. Старостина, А.В. Зозулев]. – К.: НТУУ "КПИ", 1999. – 110 с. 4. Фоксол Г. Психология потребителя в маркетинге / Г. Фоксол, Р. Голдсмит, С. Браун; пер. с англ. под ред. И.В. Андреевой. – СПб.: Питер, 2001. – 352 с. – (Серия "Маркетинг для профессионалов"). 5. Хьелл Л. Теории личности (Основные положения, исследования и применение) / Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб.: Питер Ком, 1998. – 608 с. – (Серия "Мастера психологии"). 6. Schiffman L.G. Consumer Behavior / Leon G. Schiffman, Leslie L. Kanuk. – Pearson Prentice Hall, 2004. – 587 p.

Надійшла до редколегії 28.04.11

УДК 330.341.1

С. Мицюк, мол. наук. співроб., канд. екон. наук

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В статті розглядається необхідність впровадження інноваційної моделі розвитку держави. Досліджується вплив інноваційної діяльності на підвищення конкурентоспроможності економіки України.

Ключові слова: конкурентоспроможність економіки, інновації, інноваційна діяльність, інноваційний розвиток.

В статье рассматривается необходимость внедрения инновационной модели развития государства. Исследуется влияние инновационной деятельности на повышение конкурентоспособности экономики Украины.

Ключевые слова: конкурентоспособность экономики, инновации, инновационная деятельность, инновационное развитие.

The necessity of introduction of innovative model of development of the state is examined in the article. Influence of innovative activity on the increase of competitiveness of economy of Ukraine is probed.

Keywords: competitiveness of economy, innovations, innovative activity, innovative development.

В сучасних умовах розгортання інноваційних процесів та їх державне стимулювання і підтримка стали

одним з основних факторів конкурентоспроможності національної економіки, і саме тому перехід на інно-

ваційну модель розвитку держави – першочергове завдання сьогодення.

Досвід розвинених країн світу показує, що вплив інновацій на економіку має відбуватися шляхом узгодження інноваційної складової з науково-технічною, бюджетно-фінансовою, грошово-кредитною, промисловою та зовнішньоторговельною політикою. Проблеми запуску в Україні господарського механізму, який здатен виробляти конкурентоспроможну продукцію знаходяться в площині організації їх ефективної взаємодії з огляду на необхідний державі ефект.

В останнє десятиріччя через обмеженість науково-технологічної та інноваційної політики в Україні поглибилися тенденції технологічного відставання від розвинених країн світу. Наслідком цього стає зниження конкурентоспроможності національної економіки, гальмування розвитку високотехнологічних галузей промисловості, спад якості робочої сили.

Суттєвий внесок у дослідження проблеми конкурентоспроможності зробили вітчизняні та закордонні вчені: В. Базилевич, Я. Базилук, І. Бураковський, А. Гальчинський, В. Геєць, Б. Кваснюк, А. Костусєв, В. Рокоча, А. Чухно, М. Портер, Д. Сакс, Е. Чемберлін, Й. Шумпєтер та багато інших.

Більшість українських авторів згодні, що досягнення вищого рівня конкурентоспроможності залежить від інноваційних процесів, але сьогодні недостатньо досліджено, які саме структурні зміни на державному і регіональному рівнях необхідні для підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

Метою статті є висвітлення проблем впливу інноваційної діяльності на конкурентоспроможність економіки України.

Отже, один з основних показників оцінки країни – конкурентоспроможність національної економіки. Науково-технологічний потенціал – визначальний фактор, який забезпечує та формує таку конкурентоспроможність. Саме з розвитком інноваційної діяльності пов'язують подолання кризового стану вітчизняної економіки, зростання обсягів виробництва, вихід на нові ринки, адаптацію підприємства до ринкового середовища [1]. Позитивний вплив інновацій на рівень конкурентоспроможності економіки країни проявляється у зростанні продуктивності праці та доданій вартості, структурному оновленні економіки, зростанні питомої ваги високотехнологічних, наукоємних галузей в структурі виробництва і експорту, підвищенні якості продукції, і, як наслідок, розширенні ринків збуту [2].

Значного успіху на ринку можна досягти шляхом виробництва інноваційної продукції, яка найбільшою мірою відповідатиме умовам ринку, конкретним вимогам споживачів за своїми якісними, технічними та економічними характеристиками. Техніко-економічні показники інноваційної продукції, як правило, перевищують показники інших видів продукції, її значна перевага – досить високий попит на національних і світових ринках. Підприємства, які виробляють інноваційну продукцію, досягають значної конкурентоспроможності та переваг перед конкурентами, що зміцнює її економіку країни в цілому.

Реформування економіки України відбувається в умовах зношеності основних фондів, слабкого машинобудування, підвищеної ресурсомісткості виробництва. Високий рівень монополізму, тінювий контроль призводить до зменшення виробництва і зниження рівня технологій, що, в свою чергу, робить продукцію неконкурентоспроможною.

Саме низький рівень технологій і відсутність орієнтації на виробництво високоякісної продукції призводить до того, що ця продукція є нерентабельною через

високу матеріало- і енергомісткість, не відповідає сучасним вимогам і є неконкурентоспроможною.

В останні роки науково-освітній та інноваційний потенціал України сконцентрований у промислово розвинених регіонах. Зокрема, у Києві, Харківській, Донецькій, Дніпропетровській та Львівській областях зосереджені 52% студентів, 72% науковців та 12 з 15 технопарків України. Регіональні відмінності за міжнародними індикаторами розвитку "суспільства знань" в Україні є вражаючими: від 24,2 дослідників на 1000 осіб економічно активного населення у м. Києві до 0,2 – у Хмельницькій області. Ці фактори і надалі залишаються істотною перешкодою структурних зрушень в інноваційній сфері [3].

Для забезпечення конкурентоспроможності необхідно переорієнтувати фінансові ресурси з поточного споживання в інвестування та спрямувати інвестиційну діяльність на становлення ефективної національної економіки, зокрема, інноваційно спрямувати інвестиції, активізувати нововведення як пріоритетну складову стратегії соціально-економічного розвитку держави.

Обмеженість фінансових ресурсів України не дозволяє їй забезпечити на необхідному рівні бюджетні вкладення в науку. Це призводить до подальшого падіння інноваційного потенціалу України. Більше того, така політика не сприяє зміні напрямку концентрації фінансування наукових досліджень від державного в бік бізнес-компаній і залученню до країни компаній – світових технологічних лідерів [3].

Згідно з експертними даними у промислово розвинених країнах, де інноваційна діяльність приватних компаній характеризується своєю цілеспрямованістю, близько 27% наукових проектів реалізуються з високими економічними результатами, тоді як у нас загальна картина така, що лише 0,03% ідей і 0,8% проектів досягають фінансового успіху [4].

Для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності галузей вітчизняної економіки та окремих підприємств держава повинна сконцентрувати свої зусилля на стимулюванні впровадження інновацій та високих технологій, реструктуризації та підвищенні ефективності вітчизняного виробництва, удосконаленні нормативно-правового регулювання природних монополій. В Україні є певна необхідність придбати нові технологічні засоби, крім того, активізувати інноваційну діяльність можна, з'єднавши можливості освіти і науки, з одного боку, виробництва та бізнесу – з іншого.

Структурні галузеві зміни української економіки – завдання тривалого періоду. Не менш важливим заходом є підвищення техніко-технологічного рівня всередині кожної з галузей із максимальним залученням сучасних енергетико-екологічних наукоємних технологій.

Отже, основними напрямками структурних змін можна назвати наступні:

- розповсюдження ресурсо-, енерго- та екологічних технологій (так як вартість енергетичних ресурсів постійно зростає, а рівень забезпеченості ними української економіки низький, то ресурсозбереження і енергозбереження повинні бути першочерговими заходами політики підвищення економічної незалежності національної економіки, збереження та підвищення конкурентоспроможності українських виробників);

- поступова переорієнтація промисловості із зовнішніх на внутрішні ринки збуту та заміщення імпорту (необхідно переорієнтувати промисловість на забезпечення, в першу чергу, внутрішнього ринку продукцією, орієнтованою на споживчий ринок (продовольство, одяг, взуття, меблі, предмети побуту, автомобілі), виробничого призначення (сировина та комплектуючі для

виробництва готової продукції) та інвестиційною продукцією (виробниче обладнання));

- підвищення конкурентоспроможності через модернізацію економіки.

Без державного регулювання не може бути ефективної, соціально-орієнтованої ринкової економіки та забезпечення економічної безпеки країни. Держава не може не регулювати головні соціально-економічні процеси, тому необхідно забезпечити певний баланс економічних процесів шляхом перетворень, спрямованих на досягнення економічної рівноваги і соціальної стабільності в суспільстві. Без них неможлива зміна структури економіки, стимулювання економічного зростання. Економічна рівновага і стабільність – це основа економічного та структурного переходу господарської системи до збалансованого стану. Отже, структурна перебудова економіки є однією із необхідних умов становлення ринкової рівноваги, ефективного функціонування усіх ринкових механізмів, і особливу значимість у процесах функціонування національної інноваційної системи має організація та стимулювання процесів оновлення технологій, передачі наукових розробок із сфери одержання знань у виробництво, що досягається за допомогою розвитку системи освіти, ринку інтелектуальної власності, створення інноваційної інфраструктури, фінансового та податкового стимулювання науково-технічної діяльності. Важливими для держави є георозміщення і науково-технологічний потенціал, на інтенсивне використання яких і доцільно спрямовувати цільову орієнтацію інноваційних проектів. Не менш важливим є і послаблення дії дестимулюючих факторів через стимулювання нагромадження капіталів, у тому числі заощаджень населення, інвестицій, охорони довкілля і, головне, системоутворюючої ролі інноваційних форм регіонального розвитку у формуванні соціального капіталу.

Загальнодержавна стратегія структурної перебудови економіки на інноваційній основі повинна бути доповнена її регіональним складником. Метою реалізації інноваційної політики на регіональному рівні має стати збереження і максимально можливе використання науково-технічного потенціалу, його розвиток як головної передумови конкурентоспроможності окремих підприємств і господарського комплексу регіону в цілому.

Пріоритетними завданнями впровадження інноваційних форм регіонального розвитку доцільно визначити: створення внутрішніх передумов і стимулів для мобілізації інвестиційних ресурсів, реструктурування господарських комплексів регіонів, зменшення рівня розвитку підприємницької діяльності і, як наслідок, посилення ділової активності та пом'якшення негативних наслідків трансформаційної кризи. Так, одним із найважливіших показників, що характеризують економічний розвиток підприємства, є достатній рівень його інноваційного потенціалу, що пояснюється такими основними причинами:

- по-перше, виробнича функція змінюється в результаті зміни розмірів капіталу, що його використовують у виробництві продукції за рахунок збільшення розмірів основних засобів, що мають більшу наукомісткість і пов'язану з нею велику капіталомісткість;
- по-друге, виробнича функція змінюється в результаті впровадження нових технологій, матеріалів, видів продукції, що дає можливість збільшити розміри випуску продукції без істотного збільшення витрат основних ресурсів, отже, зростання продуктивності праці у вигляді одержання великих обсягів виробництва за відносної економії живої праці збільшує масу споживчої вартості.

Саме тому головними завданнями інноваційної політики регіонального рівня повинні стати:

- формування ефективно діючого ринку інновацій;

- залучення науково-технічного комплексу регіону до міжнародного і міжрегіонального науково-технічного співробітництва;

- створення на місцевому рівні ефективного організаційного і фінансового механізму підтримки і розвитку інноваційної діяльності за участю держави.

Таким чином, одне з основних завдань держави – створення сприятливих умов для удосконалення виробництва, розвитку інноваційних процесів, спрямування інвестиційних ресурсів саме на інновації, в першу чергу – у сфері освоєння енерго- та екологозбережних технологій, повинно реалізовуватись наступними заходами:

- податкові привілеї та цільове кредитування інноваційних проектів,
- державна підтримка науково-технічного розвитку, розбудови національної інноваційної системи;
- удосконалення систем загальної та професійної освіти, забезпечення інноваційних виробничих процесів відповідним кадровим потенціалом;
- стимулювання інвестиційного оновлення національної промисловості;
- стимулювання розвитку наукоємних та високотехнологічних виробництв і створення умов для здійснення капіталовкладень в технологічне оновлення виробництва;
- забезпечення прискореного розвитку внутрішнього ринку порівняно із зовнішнім попитом та поліпшення його структурних характеристик за рахунок інноваційних чинників;
- впровадження механізмів стимулювання та підтримки високотехнологічного експорту;
- вдосконалення державного фінансування структурних та інноваційних зрушень;
- покращення інвестиційного клімату (як для внутрішніх, так і іноземних інвесторів) для підвищення ефективності національної економіки;
- стимулювання заходів щодо подолання ресурсовитратного характеру виробництва.

В умовах переходу до інноваційної моделі економічного розвитку одним із основних чинників його реалізації є також наявність фахівців-професіоналів у сфері управління інноваційним процесом на всіх рівнях господарської системи. Практика показує, що відсутність інноваційного мислення, сучасних креативних знань та інноваційної культури в суспільстві стримує розвиток інноваційного курсу. Саме тому перед вищою освітою і постає економіці актуальне завдання навчити молодь мислити і діяти категоріями інноватики, застосовуючи принципи академічності та методичної практичності. Досягти цього можливо на основі застосування новітньої освітньої технології – інтеграції потенціалу академічної науки та вищої школи.

Державна політика в сфері вищої освіти повинна орієнтуватись на перевірені світовою практикою моделі НІС (національні інноваційні системи), що функціонують у ринкових умовах, де особливу значимість має організація передачі наукових розробок із сфери одержання знань у виробництво, а досягається це за допомогою створення ринку об'єктів інтелектуальної власності та інноваційної інфраструктури. Остання повинна включати технопарки, бізнес-інкубатори, інноваційно-технологічні центри, центри трансферу технологій, консалтингові фірми, фінансові та інші структури.

Проте, у вітчизняній економічній науці інтелектуальна власність тільки починає займати гідне положення і реалізується вельми неефективно. Промислові підприємства не в повній мірі використовують результати інтелектуальної діяльності, наслідком чого інно-

ваційна активність виробничої сфери України залишається поки надто низькою. Більш того, практика свідчить, що як в цілому по країні, так і в окремих її регіонах, деякі важливі показники інноваційної активності мають тенденції до зниження.

Але все ж таки необхідно зазначити, що в інноваційній сфері є певний прогрес, а саме – розуміння її значимості для української економіки. І саме це розуміння повинно посприяти суттєвим інноваційним зрушенням в економіці, залученню інтелектуального потенціалу нації, адже, на жаль, фінансування науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт призвело до відтоку з України кваліфікованих наукових та технічних кадрів, стрімкої деградації матеріально-технічної бази наукових та науково-технологічних досліджень, переважного впровадження в Україні запозичених технологій не найкращої якості, зростання ролі іноземних інвесторів.

Інноваційні засади розвитку економіки можуть бути зведені лише на системній основі – врахуванні всіх факторів у їх взаємодії. За допомогою інформаційних технологій треба виявити пріоритетні напрями впровадження інновацій, залучивши до цього процесу всі верстви суспільства для створення високоєфективної національної економіки.

Отже, впровадження інновацій впливає на рівень конкурентоспроможності економіки країни, що проявляється в зростанні продуктивності праці, структурному оновленні економіки, збільшенні питомої ваги високотехнологічних, наукомістких галузей в структурі виробництва та експорту, підвищенні якості продукції, і, як наслідок, – в розширенні ринків збуту. Досить актуальними для України на науковому і прикладному рівнях є проблеми формування ефективного механізму державної підтримки інноваційної діяльності, диверсифікації джерел фінансування наукових досліджень, розбудови сучасної інноваційної інфраструктури, забезпечення системності та ефективності інноваційних процесів.

1. Кирич Н.Б. Інноваційна діяльність підприємств та організацій як метод стабілізації економіки регіонів України / Андрушків Б.М., Кирич Н.Б., Погайдак О.Б. // Вісник економічної науки України. – 2009. – №1 (15). – С. 23-25. 2. Бутенко А.І. Інвестиційна діяльність в інноваційній сфері підприємництва України: методи і форми / А.І. Бутенко, Є.В. Лазарева // Вісник економічної науки України. – 2007. – № 2. – С.14-19. 3. Голубченко А.К. Відродження промисловості України – шлях до радикальної гуманізації економіки України [Електронний ресурс] / А.К. Голубченко. – Режим доступу до матеріалів: <http://www.spu.in.ua/ua/zaavy/3414> 4. Гончаров Ю.В. Ресурсний потенціал промисловості України та розвиток конкурентоспроможності національної економіки / Ю.В. Гончаров, Д.В. Крищенко / Науковий вісник Національної академії ДПС України. – 2006. – № 1-2. – С. 33-34.

Надійшла до редколегії 04.05.11

УДК 336.02:330.362

А. Вірченко, асп.

ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Розкрито головні напрями переосмислення значення макроекономічної політики в сучасних умовах. Окреслено важливі зміни в розробленні фінансової політики. Обґрунтовано необхідність зміщення пріоритетів макроекономічного регулювання на користь фінансової політики.

Ключові слова: глобальна фінансово-економічна криза, фінансова політика, макроекономічна стабілізація, інструменти макроекономічної політики, таргетування державного боргу, автоматичні фінансові стабілізатори.

Раскрыты главные направления переосмысления значения макроэкономической политики в современных условиях. Очерчены важные изменения в разработке финансовой политики. Обосновано необходимость смещения приоритетов макроэкономического регулирования на пользу финансовой политики.

Ключевые слова: глобальный финансово-экономический кризис, финансовая политика, макроэкономическая стабилизация, инструменты макроэкономической политики, таргетирование государственного долга, автоматические фискальные стабилизаторы.

The paper studies major ways in rethinking macroeconomic policy under current conditions. Crucial changes to design financial policy are outlined. A necessity is highlighted to shift priorities in macroeconomic regulation to advantage of financial policy.

Keywords: global crisis, financial policy, macroeconomic stability, macroeconomic policy instruments, (government) debt targeting, automatic fiscal stabilizers.

Глобальна фінансово-економічна криза, що почалася в жовтні 2008 року, посилила науковий інтерес до проблем забезпечення макроекономічної стабільності за допомогою фінансового регулювання. Необхідність досягнення економічної стабільності в кризових умовах змусили науковців переосмислити роль та значення фінансової політики та звернути особливу увагу на фінансові засоби макроекономічної стабілізації. Йде мова про те, що заходи економічної політики, які застосовувалися з початку 80-х років XX ст., перестали бути дієвими, оскільки поточна криза набула світового масштабу (що обмежило силу впливу зовнішньоекономічних інструментів стабілізації) та фінансового характеру (що робить неефективним застосування заходів грошово-кредитної політики та послаблює традиційний механізм монетарної трансмісії). За таких умов пріоритетного значення набуло бюджетно-податкове регулювання. У цьому контексті дослідження проблем ефективного бюджетно-податкового регулювання з метою подолання макроекономічної нестабільності, виявлення каналів трансмісійного механізму бюджетно-податкової політики та особливостей їхнього функціонування набуває важливого теоретичного та практичного значення.

Проблеми сутності, складових та значення макроекономічного регулювання для економічної стабілізації привертають увагу багатьох вітчизняних та зарубіжних дослідників, серед яких: Базилевич В.Д., Барановський О.І., Василік О.Д., Лепушинський В.А., Міщенко В.І., Луніна І.О., Опарін В.М., Радіонова І.Ф., Соколовська А.М., Сомик А.В., Федоров В.М., Чухно А.А. та інші; а також західні дослідники: Барро Р., Бланкарт Ш., Бланшар О., Манків Г., Масгрейв Р., Ромер Д. та інші. Незважаючи на значну кількість наукових розробок у цій галузі, ряд проблем, пов'язаних зі зміною ролі фінансової політики, залишається недостатньо розробленим.

Метою пропонованого дослідження є виокремлення головних напрямів переосмислення значення макроекономічної політики за умов глобальної фінансово-економічної кризи й обґрунтування необхідності зміщення пріоритетів у засобах макроекономічного регулювання національних економік з метою макроекономічної стабілізації та підвищення конкурентоспроможності і добробуту.

Аналіз еволюції світової економічної думки засвідчує, що чільне місце в інструментарії розробників макроекономічної політики протягом XX – початку XXI ст.

займала то фінансова, то грошова політика, і це чергування співпадає з чергуванням теоретичного лідерства кейнсіанського й неокласичного напрямів. У період Великої депресії та розгортання кейнсіанської революції фінансова політика розглядалася в якості центрального макроекономічного засобу. Однак протягом 1970 – 1980-х років, коли відбулися глибинні соціально-економічні та техногенні зрушення в економічному розвитку і кейнсіанський напрям розгалужувався, а неокласичний напрям почав відновлювати провідні позиції, фінансова і монетарна політики розглядалися рівноцінними в контексті досягнення головної мети – зовнішньої та внутрішньоекономічної рівноваги. Протягом останніх двох десятиліть ХХ століття, коли відбувся перехід кейнсіанства в опозицію до неокласики, значення фінансової політики применшувалося. Однак з 2008 року, коли розпочалася глобальна фінансово-економічна криза, знову посилюється увага до фінансової політики.

Обмеження ролі фінансової політики мало декілька причин. По-перше, це скептицизм щодо її дієвості, обґрунтований у теоремі еквівалентності Рікардо. По-друге, вважалося, що за умов, коли грошова політика спроможна підтримувати стабільні темпи приросту ВВП, немає потреби у застосовуванні інших інструментів. По-третє, у розвинених економіках пріоритетами є стабілізація та зниження характерного для них високого державного боргу; у країнах з нерозвинутою ринковою економікою немає належних умов для застосування антициклічних заходів у повному обсязі. По-четверте, між розробкою заходів фінансової політики та її втіленням присутній часовий лаг, який перевищував тривалість попередніх нетривалих рецесій. А також політичні чинники набагато більше викривляють фінансову політику, аніж грошову.

Найкращою вважалася така політика, яка спроможна забезпечити вищий рівень економічної стабільності. Період до середини 2000-х років, який у розвинених країнах характеризувався помірними темпами економічного зростання й інфляції, часто називають "Великою помірністю" [4]. Проте нинішня криза змінила ситуацію.

До початку кризи протягом тривалого часу перевага надавалась грошовій політиці з метою підтримання стабільно низької інфляції та невеликого приросту валового випуску. Вважалося, що фінансова політика відіграє другорядну роль, оскільки політичні чинники суттєво знижують її ефективність. Здійснення грошової політики було привабливим ще й тому, що спектр її інструментів обмежувався, як правило, політикою облікових ставок.

Як відомо, поточна криза, що бере початок з житлового й фінансового секторів, призвела до суттєвого скорочення сукупного попиту. Це падіння стало найбільшим з часів Великої депресії. Його основними причинами є значне скорочення добробуту, зростання заощаджень за мотивом перестороги за рахунок скорочення споживання, очікування невизначеності з боку домогосподарств та підприємств, зростання труднощів при отриманні кредиту.

Переосмислення макроекономічної політики в сучасних умовах стосується двох головних напрямів:

- досягнення макроекономічної стабільності;
- стимулювання сукупного попиту.

Зміна ролі та значення фінансової політики за сучасних соціально-економічних умов полягає в наступному:

- кардинальна зміна інструментарію макроекономічної політики;
- підвищення цільового рівня інфляції;
- необхідність змішаних режимів таргетування;
- забезпечення економіки необхідним обсягом грошової маси;

- таргетування державного боргу на більш низькому рівні;

- покращення дії автоматичних стабілізаторів [4].

Кардинальна зміна інструментарію макроекономічної політики. Заходи економічної політики, що застосовувалися з початку 80-х років ХХ ст. до кризи, перестали бути дієвими (особливо для підтримки сукупного попиту на оптимальному рівні) в сучасних умовах з таких причин:

- поточна криза є світовою, тому немає змоги відновлювати рівновагу за рахунок стратегії експортно-імпортних операцій;
- фінансова природа кризи послабила традиційний механізм монетарної трансмісії.

Однак ще досі багато країн застосовують монетарну експансію, і фінансовий простір (різниця між цільовим рівнем державного боргу і реальним) для пониження центрального банком облікових ставок дедалі зменшується. У цих країнах монетарна політика повинна застосовуватися лише для підтримки фінансових стимулів з метою уникнення зростання відсоткових ставок, доки валовий випуск не почне відновлюватися.

За таких умов великого значення набуває фінансове регулювання. Для того, щоб фінансове стимулювання було ефективне, воно повинно бути: вчасним (оскільки існує нагальна потреба в регулюванні, достатнім за обсягом (щоб впливати на величину сукупного попиту), тривалим (оскільки очікуваний час рецесії суттєвий), диверсифікованим (оскільки присутній елемент невизначеності щодо того, який із заходів фінансової політики буде найуспішнішим), колективним (усі країни, що мають достатній фінансовий простір, повинні об'єднатися з метою подолання глобальної кризи) і стійким (з метою уникнення великої заборгованості у довгостроковому періоді та наслідків, протилежних очікуваним, у короткостроковому періоді). На думку сучасних дослідників, головною складністю є забезпечення балансу між цими цілями [5, с. 3].

Криза внесла корективи в усвідомлення значущості фінансової політики. Вона показала, що окрім стабільних темпів інфляції та випуску, слід контролювати й інші змінні: структуру випуску, динаміку цін на активи, частку позикових коштів у економічних агентів тощо. Криза також продемонструвала, що є можливість маніпулювати більшим спектром інструментів, ніж це було до кризи. Проблема полягає в тому, щоб уміти їх поєднувати й ефективно застосовувати.

Фінансова політика знову повернулася на чільне місце як інструментарій макроекономічного регулювання. Для цього було дві основні причини. По-перше, оскільки можливості грошово-кредитної політики були вичерпані, то у розробників політики не було іншого вибору, ніж використовувати заходи бюджетно-податкової політики. По-друге, з самого початку очікувалося, що спад буде досить тривалим, тому очевидно, що у заходів фінансового стимулювання буде достатньо часу, щоб здійснити сприятливий вплив на економічну ситуацію.

Підвищення цільового рівня інфляції. У докризових умовах мала місце беззаперечне твердження, що інфляція повинна бути не тільки стабільною, але й дуже низькою (більшість центральних банків обрали її цільове значення на рівні двох відсотків) [8]. Це призвело до дискусій з приводу того, що низькі темпи інфляції можуть призвести до ліквідної пастки, що обмежило б простір для проведення стимулюючої грошової політики. Однак вважалося, що така небезпека не є суттєвою, оскільки можна було викликати очікування зростання інфляції, цим самим підвищуючи очікувані реальні відсоткові ставки та стимулюючи економічну активність у поточному періоді [7, с. 207].

Низькі темпи інфляції були проголошені як основний обов'язок центральних банків. Великою мірою цьому сприяло бажання центральних банків зосереджувати увагу на темпах інфляції, а не на економічній активності в цілому, що підбадьорювалося теоретичними напрацюваннями у вигляді моделі нових кейнсіанців. Згідно з цією моделлю низькі темпи інфляції, що супроводжуються нульовим приростом валового випуску, – це найоптимальніша політика [6, с. 51].

Постає питання, чи слід збільшувати цільові показники інфляції з метою розширення простору для дії грошово-кредитної політики. Для цього слід співставити витрати, пов'язані з підвищенням інфляції, та можливі вигоди від неї.

Під час кризи слід збільшити цільовий показник інфляції для розвинених країн з 2% до 4%. Таке підвищення буде невідчутним для домогосподарств (а тому майже не позначиться на сукупному попиті), однак залишиться простір для зниження відсоткової ставки у період кризи (таким чином, зросте ефективність грошово-кредитної політики). Таким чином, незначне підвищення цільового рівня інфляції залишиться непомітним для домогосподарств, у той же час це дозволить стабілізувати фінансові ринки.

У випадку країн, що розвиваються, підвищення інфляції буде вищим (з 4 – 5 до 8 – 10%). Однак це також є виправданим, оскільки цільові показники економічного зростання тут також є значно вищими.

Необхідність змішаних режимів таргетування. Якщо раніше, до настання кризи, ключовим орієнтиром під час проведення політики було не перевищення цільових темпів інфляції, то тепер до таких орієнтирів належить ще й стабільність валютного курсу.

Сильні коливання курсу національної валюти спричиняють призупинення ділової активності. Коли значна частина угод укладається в іноземній валюті, різкі коливання валютного курсу породжують невизначеність щодо доходів за укладеними угодами. Таким чином, відбувається порушення фінансової стабільності, що не може не позначитися на обсягу випуску.

Стабільність курсу національної валюти повинна стати додатковим (поряд з таргетуванням інфляції) обов'язком центральних банків, особливо якщо йде мова про малу відкрити економіку.

Забезпечення економіки необхідним обсягом грошової маси. Криза змусила центральні банки розширити сферу своїх повноважень як кредиторів останньої інстанції. Вони змушені розширити підтримку економіки достатньою кількістю ліквідності. Оскільки нестача ліквідності зумовлена зникненням з ринків приватних інвесторів, уряд повинен їх замінити з метою недопущення нестабільності та економічного спаду. Тим більше, що уряд має можливість вкладати гроші на більший строк, і володіє значно більшими ресурсами. Негативною стороною таких вливань державних коштів є ймовірність зловживання з боку недобросовісних економічних агентів (наприклад, трансформація короткострокових кредитів у довгострокові депозити; фінансування надто ризикових заходів тощо).

З метою забезпечення економіки необхідним обсягом грошової маси можна запропонувати такі заходи:

- запровадження системи страхування банківських кредитів і значних дисконтів по забезпеченню;
- посилення контролю за фінансовими інститутами, які мають доступ до державних засобів;
- регулювання переліку активів, які можуть слугувати заставою для забезпечення кредитів.

Така підтримка необхідна і під час кризи, і в періоди підйому.

Таргетування державного боргу на більш низькому рівні. Для втілення заходів фінансового регулювання далеко не всі країни мають достатній "фіскальний простір". Ігнорування розміру державного боргу могло б порушити стійкість системи державних фінансів. З такими обмеженнями, як мінливість руху капіталів, велика внутрішня й зовнішня заборгованість, велика премія за ризик, зіштовхнулися не лише країни з нерозвиненим ринком та низьким доходом, але й деякі розвинені країни.

Деякі країни з розвинутою економікою, які зустріли кризу з великим рівнем заборгованості, мали обмежені можливості для застосування заходів бюджетно-податкової політики і нині зіштовхуються з проблемою важкого корегування ситуації, що склалася. Країни з нерозвиненим ринком (наприклад, деякі країни у Східній Європі), які проводили проциклічну фіскальну політику, що була викликана бумом споживання, змушені тепер скорочувати витрати й підвищувати податки, незважаючи на економічний спад. Деякі інші країни, що розвиваються, навпаки, увійшли в кризу з нижчим рівнем заборгованості. Більший фіскальний простір дозволив їм агресивніше застосовувати фінансову політику, не завдаючи шкоди стійкості системи державних фінансів та не викликаючи несподіваного припинення притоку капіталу. Саме тому необхідно переглянути цільові показники співвідношення боргу до ВВП. Швидше за все, слід орієнтуватися на більш низькі показники, ніж докризові.

Головний урок, який дала криза, полягає в необхідності достатнього "фіскального простору" і простору для варіацій відсоткових ставок (недопущення рівності їх нулю). Якби уряди мали більше простору для зменшення відсоткових ставок та для здійснення більшої експансії фінансової політики, вони були б готові краще для боротьби з кризою. Тому цільовий рівень державного боргу повинен бути нижчим, ніж докризовий. Актуальним інструментом фінансового стимулювання стають не зростання державних витрат чи скорочення податкового навантаження, а підтримка відношення державного боргу до ВВП на сталому рівні.

Покращення дії автоматичних стабілізаторів. Нинішня криза загострює проблему, пов'язану з бюджетним стимулюванням за рахунок дискреційних заходів, застосування яких здійснюється з суттєвим лагом, а тому й запізно. Щоб підвищити ефективність бюджетно-податкової політики під час кризи, слід вдосконалювати дію автоматичних фіскальних стабілізаторів [3, с. 5].

Слід розрізняти власне автоматичні стабілізатори, які за своєю природою передбачають проциклічну зміну витрат чи податкових надходжень, та механізми, які лише дозволяють змінити розмір трансфертів чи податкових надходжень тільки після настання наперед визначених умов, які вказують на кризовий стан.

Автоматичні стабілізатори першого типу пов'язані з поєднанням еластичності податкових надходжень по ВВП зі стабільними видатками, програмами соціального страхування (пенсійні програми, на випадок безробіття тощо), а також існуванням прогресивної шкали оподаткування.

Головні способи посилити макроекономічний ефект таких стабілізаторів – збільшення державних витрат і посилення прогресивності оподаткування. Однак такі реформи будуть виправдані лише тоді, коли мотивом для їх здійснення є досягнення критеріїв справедливості та ефективності, а не просте посилення дії стабілізаторів.

Автоматичні стабілізатори другого типу видаються більш перспективними. Їхнє використання не пов'язане з указаними затратами. Це можуть бути заходи, спрямовані на домогосподарства з низькими доходами й фінансовими труднощами. Такі механізми повинні спрацьовувати тоді, коли визначені макроекономі-

чні показники досягають порогового рівня. Постає проблема вибору таких індикаторів й визначення їх порогових значень [5, с. 15].

Отже, глобальна фінансово-економічна криза виявила головні недоліки докризової макроекономічної політики й змусила замислитися над розробкою післякризових заходів, які повинні бути спрямовані на забезпечення стабільної різниці між потенційним і фактичним обсягом випуску, стабільної інфляції, а також на стимулювання сукупного попиту. Також необхідно контролювати велику кількість показників, у тому числі структуру економіки, ціни на активи, борговий тягар. Однак інструменти досягнення таких цілей повинні змінитися й урізноманітнитися, оскільки відбулася зміна пріоритетів у засобах макроекономічного регулювання на користь фінансової політики.

1. Радіонова І.Ф. Макроекономіка-2: навч. посіб. / І.Ф. Радіонова, Т.В. Бурлай, Є.В. Алімпієв. – Київ – Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2010. – 424 с. 2. Радіонова І.Ф. "Не-кейнсіанський" підхід до економічної

стабілізації з використанням фінансових інструментів / І.Ф. Радіонова, Є.В. Алімпієв // Фінанси України. – 2009. – №4. – С. 42 – 52. 3. Baunsgaard Th. Automatic Fiscal Stabilizers. IMF Staff Position Note [Electronic resource] / Th. Baunsgaard, S. Symansky. – September 28, 2009. – 26 p. – Accessible at: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/spn/2009/spn0923.pdf>. 4. Blanchard O. Rethinking Macroeconomic Policy. IMF Staff Position Note [Electronic resource] / O. Blanchard, G. Dell Ariccia, P. Mauro. – February 12, 2010. – 19 p. – Accessible at: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/spn/2010/spn1003.pdf>. 5. Blanchard O. Fiscal Policy for the Crisis. IMF Staff Position Note [Electronic resource] / O. Blanchard, A. Spilimbergo, S. Semansky, C. Cottarelli. – December 29, 2008. – 38 p. – Accessible at: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/spn/2008/spn0801.pdf>. 6. Blanchard O. Real Wage Rigidities and the New Keynesian Model / O. Blanchard, G. Jordi // Journal of Money, Credit, and Banking, Vol. 39, Supplement. – 2007 – №1. – p. 36–65. 7. Eggertsson G., The Zero Bound on Interest Rates and Optimal Monetary Policy / G. Eggertsson, W. Michael // Brookings Papers on Economic Activity. – 2003 – №1. – p. 139–233. 8. Romer D. The Evolution of Economic Understanding and Postwar Stabilization Policy. In Rethinking Stabilization Policy, Federal Reserve Bank of Kansas City [Electronic resource] / D. Romer, C. Romer – 2002. – 68 p. – Accessible at: <http://www.kansascityfed.org/publicat/sympos/2002/pdf/S02RomerandRomer.pdf>.

Надійшла до редколегії 05.05.11

УДК 330.341.44+316.42

В. Филук, асп.

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ, КОНКУРЕНЦІЯ І ЕКОНОМІЧНА КОНЦЕНТРАЦІЯ: ДІАЛЕКТИКА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ

Розглянуто основні підходи до визначення поняття глобалізація та охарактеризовано її наслідки для економічного розвитку різних країн. Проаналізовано особливості впливу глобалізації на конкуренцію та концентрацію на національних та міжнародних товарних ринках. Розкрито роль держави та наднаціональних організацій у регулюванні цих процесів.

Ключові слова: глобалізація, економічна концентрація, ринкова концентрація, концентрація капіталу, конкуренція, вхідні бар'єри, лібералізація торгівлі, злиття та поглинання.

Рассмотрены основные подходы к определению глобализации и охарактеризованы ее последствия для экономического развития разных стран. Определены особенности влияния глобализации на конкуренцию и концентрацию на национальных и международных товарных рынках. Раскрыто роль государства и наднациональных организаций в регулировании этих процессов.

Ключевые слова: глобализация, экономическая концентрация, рыночная концентрация, концентрация капитала, конкуренция, барьеры входа, либерализация торговли, слияния и поглощения.

The paper examines main approaches to defining of globalization and characterizes its consequences for economic development of different countries. Special features of globalization impact on competition and concentration at national and international goods markets are analyzed. Role of national government and supranational organizations in regulation of these processes is exposed.

Keywords: globalization, economic concentration, market concentration, concentration of capital, competition, entry barriers, trade liberalization, mergers and acquisitions.

Глобалізація різних сфер суспільного життя, в тому числі й економічної, є однією з характерних тенденцій розвитку сучасної світогосподарської системи. Процеси, які відбуваються на глобальному рівні, безпосередньо впливають на рівень розвитку національних економік та функціонування їх внутрішніх ринків. За таких умов зростає роль і значення конкурентної політики, спрямованої на недопущення надмірного рівня концентрації ринків, зловживань ринковою владою домінуючими суб'єктами та антиконкурентних узгоджених дій між ними. При цьому регулювання конкурентного середовища має бути спрямоване на створення належних умов для динамічного розвитку національних компаній-виробників через систему захисних, протекціоністських та інших законодавчих ініціатив, які забезпечують підвищення конкурентоспроможності цих компаній на національних, регіональних та світових ринках. Проблема полягає у тому, що всі заходи антимонопольної політики можливо здійснити на національному рівні, а на створених у результаті глобалізації міжнародних ринках, регулювання яких виходить за межі повноважень національних органів, вирішення цих завдань є практично неможливим. Саме тому виникає необхідність вивчення напрямів впливу глобалізації на структуру товарних ринків, на рівень економічного суперництва між суб'єктами господарювання, на концентрацію виробни-

цтва і капіталу, а також визначення важелів впливу національних, наднаціональних органів і міжнародних організацій на ці процеси з метою нівелювання негативних наслідків глобалізації та використання її переваг з максимальною вигодою.

Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить, що проблема впливу глобалізаційних процесів на умови конкуренції та рівень концентрації на товарних ринках, а також роль держави у регулюванні цих процесів привертає дедалі більшу увагу вітчизняних та зарубіжних економістів. Питанням сутності глобалізації та її впливу на розвиток національних економік присвячені праці таких відомих економістів як О. Білорус, А. Гальчинський, В. Геєць, М. Делягін, М. Долішній, В. Інземцев, О. Лукашенко, А. Філіпенко, тощо. Комплекс наукових проблем, пов'язаних з дослідженням процесів конкуренції та економічної концентрації 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 та закономірностей розвитку процесів економічної концентрації та конкуренції на національному та глобальному

рівнях зумовлює потребу в подальшому поглибленні досліджень зазначеної проблематики. Відтак метою запропонованої публікації є аналіз діалектичного взаємозв'язку та взаємовпливу глобалізації, концентрації та конкуренції в економічній системі

Одним з основних проявів економічної глобалізації є постійно зростаюча концентрація і централізація капіталу та виробництва, яка сприяла появі на міжнародних ринках транснаціональних компаній (ТНК). Останні перетворилися на потужних суб'єктів світової економіки, результати діяльності яких впливають не тільки на структуру глобальних та національних ринків, а й на геополітичну та гео економічну ситуацію в світі. Глобалізація економіки має й інші важелі впливу на товарні ринки та рівень конкуренції.

Насамперед зазначимо, що поняття "глобалізація" (від фр. global – всеосяжний) введено в науковий обіг у 1983 р. Т. Левітом у його статті "Глобалізація ринків", яка була опублікована в газеті "Harvard Business Review" [3, с.4]. Згодом цей термін почали використовувати для позначення тих змін та закономірностей, якими характеризується тогочасна постіндустріальна світова цивілізація в цілому та економіка зокрема.

Оскільки глобалізація являє собою багаторівневий, складний та суперечливий процес, який охоплює усі сфери суспільного життя, у науковій літературі немає єдиного підходу до визначення його сутності. Так, відомий сучасний економіст М. Кастельс розглядає глобалізацію як процес об'єднання найважливіших секторів національних економік в єдину систему, яка у своїй цілісності функціонує в режимі реального часу [6, с. 29]. Дещо схожим є визначення поняття "глобалізація" Організацією Об'єднаних Націй (ООН). Глобалізація розглядається як посилення інтеграція економік і суспільств у всьому світі. Це неминучий процес в історії людства, сутність якого полягає в тому, що світ у результаті обміну товарами і послугами, інформацією, знаннями та культурними цінностями стає більш взаємопов'язаним [9]. Такої ж думки дотримується більшість зарубіжних та вітчизняних науковців.

Ми вважаємо, що такий підхід є дещо обмеженим, оскільки, глобалізація тут зводиться тільки до економічної сфери. Глобалізаційні процеси за своїм перебігом та наслідками впливу на цивілізаційний розвиток людства виходять далеко за рамки економіки і охоплюють практично всі основні сфери суспільної діяльності: політику, ідеологію, культуру, освіту, науку, інформаційну сферу, економіку та фінанси. Крім того, ці визначення зводять глобалізацію суто до процесів інтеграції. На нашу думку, на сучасному етапі розвитку світового господарства не можна стверджувати про його тотальну інтеграцію, оскільки остання більшою мірою має регіональний характер (наприклад, ЄС, НАФТА), а отже не є глобальною.

Найбільш повним і коректним, на нашу думку, є визначення глобалізації відомим українським дослідником В.Д. Базилевичем, який розглядає її як всеохоплюючий процес трансформації світового співтовариства у відкрити цілісну систему інформаційно-технологічних, фінансово-економічних, суспільно-політичних та соціально-культурних взаємозв'язків і взаємозалежностей [4, с. 586]. Глобалізація економіки, яка, на думку вченого, є однією з домінантних складових процесу глобалізації, розглядається як тенденція інтеграції світового господарства в єдиний економічний простір, що відбувається на основі усупільнення виробництва в результаті безпрецедентного зростання і прискорення міжнародних переміщень товарів, послуг та капіталів, широкого розвитку новітніх інформаційних технологій, глобальних телекомунікаційних мереж тощо [4, с. 594, 598].

Так само як немає єдиного підходу до розуміння сутності глобалізації, не існує і єдиної оцінки її наслідків для розвитку світової економіки в цілому та економічних систем окремих країн зокрема. Вважається, що з одного боку, вона призводить до економічного процвітання усіх членів світового співтовариства, а з іншого – несе загрози для подальшого розвитку країн, що розвиваються, та країн з транзитивною економікою. Зазвичай до позитивних наслідків глобалізації відносять конвергентні процеси зближення та переплетення національних економік, внаслідок чого досягаються вищі темпи їх економічного зростання, підвищення якості продукції внаслідок посилення та вдосконалення форм нецінності конкуренції між філіями ТНК, а також досягнення синергійного ефекту від об'єднання зусиль урядів багатьох країн з метою подолання глобальних проблем людства.

Що стосується негативних наслідків глобалізації світового господарства, то серед них слід виділити наступні: виникнення транснаціональних монополій та захоплення ними національних ринків, втрата енергетичної і економічної незалежності, диктат в інформаційній і комунікаційній сферах, глобалізація фінансової сфери з формуванням світових фінансових центрів, тощо. Необхідно відзначити, що якщо глобалізація світової економіки здійснює суперечливий вплив на розвиток національних економік, то не можливо однозначно оцінити її вплив на окремі їх елементи, зокрема на структуру товарних ринків, на рівень конкуренції та концентрації на них. Розглянемо цей вплив детальніше.

Однією з системоутворюючих характеристик глобалізації є зміна структури як національних, так і міжнародних ринків. Ці зміни проявляються у збільшенні розмірів підприємств та підвищенні рівня ринкової концентрації, яка являє собою зосередження економічно значимих характеристик (прибутку, обсягів виробництва, кількості зайнятих) в руках одного або декількох суб'єктів господарювання; формуванні глобальних олігополій як найбільш поширеного типу ринкових структур, а також експансії транснаціональних корпорацій (ТНК) та їх трансформації в мультинаціональні компанії (МНК), тобто компанії, які не мають конкретної національної приналежності [8].

Тим часом, розвиток глобалізаційних процесів у світогосподарській системі спричинив ряд змін в інституційному середовищі, яке забезпечує ефективне функціонування ринкового механізму. Основними серед таких змін є:

- зниження адміністративних бар'єрів для ведення торгівлі та здійснення інвестицій, домінування політики дерегуляції та лібералізації;
- всезростаюча роль міжнародних організацій та наднаціональних органів у регулюванні економічних процесів, у тому числі і конкуренції;
- уніфікація законодавчих норм і принципів, конвергенція національних правових систем тощо.

Розглянемо детальніше кожен із цих змін. Як уже зазначалося, однією з характерних рис глобалізації є зменшення вхідних торговельних бар'єрів, які являють собою фактори об'єктивного або суб'єктивного характеру, що перешкоджають новим підприємствам організовувати прибуткове виробництво в галузі [7, с. 145]. Такими факторами, згідно з Дж. Бейном, можуть бути економія на масштабах виробництва, вимоги до початкового рівня капіталовкладень, необхідність отримання патентів та ліцензій для здійснення певного виду діяльності та інші урядові обмеження, тощо [1].

На нашу думку, надмірне зменшення бар'єрів входу на ринки окремих країн матиме неоднозначні наслідки для розвитку конкуренції на них. З одного боку, вхід нових компаній на ринок сприятиме посиленню конку-

ренції на ньому, удосконаленню способів та методів конкурентної боротьби. За цих умов компанії вибирають для себе такі бізнес-стратегії, які спрямовані на посилення переваг вертикально-конгломератної інтеграції, тобто зростає роль аутсорсингу, відбувається децентралізація виробничого процесу, який виходить за межі окремої країни, а також активно розвиваються мережеві структури. Крім того, необхідно відзначити, що важливим наслідком глобалізації є зміна структури самої конкуренції. Остання по відношенню до ринків товарів, цін і витрат ведеться у планетарному масштабі як наслідок інтеграції ринків. Завдяки товарам "глобального характеру", виробництво яких є результатом застосування високих технологій, вартість деяких розробок стає настільки значною, що їх окупність можна забезпечити лише завдяки об'єднанню наукових, технологічних і фінансових зусиль. З цією метою компанії об'єднуються, внаслідок чого потенційно може зрости рівень ринкової концентрації.

Тим часом, конкуренція з потужнішими глобальними компаніями може витіснити з ринку національних виробників, рівень конкурентоспроможності яких важко порівнювати з можливостями ТНК. Крім того, міжнародні корпорації, входячи на ринки нових країн, зазвичай намагаються розширити сферу свого впливу шляхом укладання угод про злиття та поглинання з національними підприємствами, що призводить до підвищення рівня ринкової концентрації. Це, в свою чергу, може становити значну загрозу для розвитку конкуренції на ринку.

Про посилення впливу ТНК у світогосподарській системі та на національних ринках свідчать наступні дані. За даними Конференції ООН з торгівлі та розвитку (The United Nations Conference on Trade and Development, далі – UNCTAD), на початку 90-их років у світі нараховувалося близько 37 тис. ТНК, які мали розвинуту мережу з близько 170 тис. закордонних філій, у 2004 році їх кількість зросла до 70 та 690 тис. відповідно, а у 2009 – до 82 та 810 тис. [2].

Яскравим свідченням того, що посилення ролі ТНК на міжнародній арені та їх активне входження на національні ринки може спричинити зростання рівня концентрації на них, є постійне збільшення обсягів міжкордонних угод злиття та поглинання. Протягом останніх двох десятиліть кількість та вартість цих операцій в цілому демонструє тенденцію до зростання (виключенням є періоди фінансових криз) (див. рис. 1, 2). Якщо такі угоди укладаються компаніями, які оперують на одному ринку (горизонтальні злиття), то це неминуче призведе до зростання рівня ринкової концентрації. Якщо ж домовленості досягають між підприємствами, які діють на суміжних або абсолютно незалежних ринках, тобто коли відбуваються вертикальні або конгломеративні злиття, то це призводить до зростання ступеня концентрації капіталу, а зростання рівня ринкової концентрації є лише одним з можливих наслідків у випадку, коли компанія-учасник злиття використовує прибутки, отримані на інших ринках для збільшення своєї ринкової влади на даному ринку. У зв'язку з цим, важливого значення набуває посилення контролю з боку держави за цими процесами.

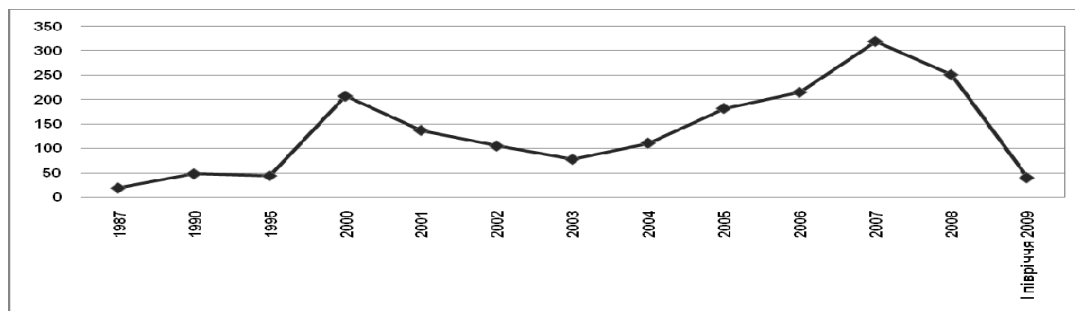


Рис. 1. Динаміка кількості міжкордонних угод про злиття та поглинання, 1997-2009 рр.

* Джерело: складено автором на основі даних Конференції ООН з торгівлі та розвитку [2].

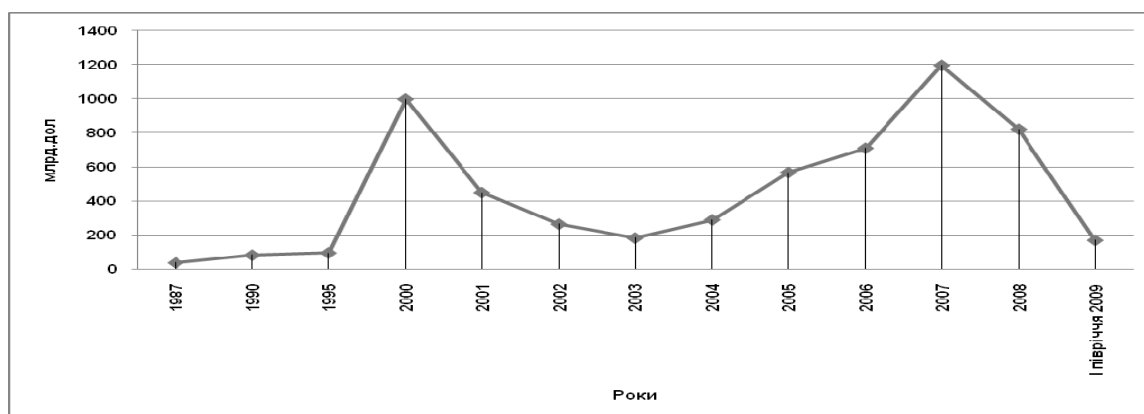


Рис. 2. Динаміка вартості міжкордонних угод про злиття та поглинання, 1997-2009 рр.

* Джерело: складено автором на основі даних Конференції ООН з торгівлі та розвитку [2].

Необхідно також підкреслити, що в умовах глобалізації характерною тенденцією є трансформація державної політики щодо регулювання економічних процесів. Зокрема, слід відзначити, що відбувається гармонізація основних інструментів впливу на поведінку господарю-

ючих суб'єктів на ринку. Це пов'язано з посиленням однорідності світового економічного простору. Крім того, відбувається зміна ролі держави у регулюванні ринкових процесів, у тому числі і процесів конкуренції та економічної концентрації.

Так, багато провідних сучасних економістів (Ю. Шишков, В. Загашвілі) відзначають, що однією з характерних рис глобалізації світової економіки є розмивання і послаблення регулюючих функцій національної держави і трансформація цієї традиційної форми організації світового соціуму в певну нову її форму [5; 10, с.3]. Це проявляється в тому, що держава делегує частину своїх повноважень щодо регулювання економічних процесів міжнародним організаціям та наднаціональним органам. Усе вище сказане стосується і антимонопольної політики як способу збалансування рівня конкуренції на національних та міжнародних ринках та контролю за процесами концентрації. Яскравим прикладом цього є прийняття країнами Євросоюзу нової директиви щодо регулювання злиттів (Reg (EC) No 139/2004), яка надала можливість Європейській Комісії втручатися у розгляд будь-яких угод, посилила дію принципу "єдиного вікна" та покращила гнучкість строків прийняття рішень.

Дійсно, усі потужні сучасні інтеграційні об'єднання укладають угоди, присвячені питанням регулювання конкурентного середовища. Наприклад, у країнах-членах Європейського Союзу конкуренція на товарних національних та міжнародних ринках регулюється 81 та 82 ст. Договору про створення ЄС. Схожі регулятивні акти також прийняті в рамках спільних дій таких міжнародних організацій як НАФТА, АТЕС, МЕРКОСУР та СНД.

Одним з провідних органів, який займається регулюванням конкуренції та концентрації як одного з її визначальних факторів на міжнародній арені є UNCTAD. На початку 80-их років ця організація розробила "Комплекс узгоджених на багатосторонній основі принципів і правил для контролю за обмежувальною діловою практикою", який був прийнятий Генеральною асамблеєю ООН. Ще одним важливими наднаціональним органом у цій сфері є Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), яка регулярно розробляє нормативні акти рекомендаційного характеру з метою гармонізації конкурентної політики на світових ринках.

Таким чином, спостерігаються такі основні тенденції розвитку конкурентної політики на наднаціональному рівні: 1) політика набуває децентралізованого, мережевого характеру; 2) жорсткішим стає регулювання діяльності картелів; 3) вводяться обмеження для національних урядів стосовно надання пільг окремим господарюючим суб'єктам.

Для нас особливий інтерес становить перша тенденція, свідченням якої є виникнення в 2001 р. міжнародної громадської організації "Міжнародна конкурентна мережа" (International Competition Network – ICN). Ініціаторами її створення стали державні органи провідних розвинутих країн та країн, що розвиваються, які відповідають за захист конкуренції (близько 104 органів влади з 92 країн), з метою ефективнішого співробітництва у сфері вдосконалення антимонопольного регулювання.

Завданнями цієї організації є забезпечення антимонопольних органів регулярними контактами у неформальній формі, посилення кооперації між ними і конвергенція застосовуваної політики. Це єдиний міжнародний орган, який займається питаннями правозастосування антимонопольного законодавства у глобальному масштабі. ICN використовує проектно-орієнтований підхід, який діє через інститут робочих груп. Крім того, вона тісно взаємодіє з ОЕСР, ЮНКТАД, СОТ та іншими громадськими організаціями, діяльність яких пов'язана з регулюванням конкуренції.

Оскільки в умовах глобалізації інтенсифікується укладання угод щодо міжнародних злиттів та поглинання, то в цьому випадку необхідно узгодження таких угод конкурентними відомствами усіх країн, на території

яких функціонують компанії. Тим часом, відмінності в національному конкурентному законодавстві призводять до певних труднощів при розгляді подібних питань. У зв'язку з цим і виникає необхідність уніфікації правових норм у сфері конкуренції. На першій конференції ICN було прийнято дві програмні рекомендації. Так, країни-члени зобов'язалися пропагувати і застосовувати конкурентні принципи в різних сферах економіки. Інший документ містить конкретніші норми, а саме рекомендації для прийняття рішень щодо економічної концентрації, яка здійснюється шляхом укладання угод про злиття компаній, і порядок взаємодії при цьому конкурентних відомств різних країн.

Питаннями регулювання процесів економічної концентрації займається також і ОЕСР. Про це свідчить затвердження Радою ОЕСР Рекомендації щодо контролю за злиттями (Recommendation of the Council on Merger Review – C(2005)34) у 2005 році. У зв'язку з цим можна очікувати, що найближчим часом для провідних розвинутих країн гостро постане питання щодо уніфікації конкурентного законодавства у сфері контролю за процесами економічної концентрації.

Таким чином, ми можемо констатувати, що на сучасному етапі розвитку глобалізаційних процесів, антимонопольне регулювання здійснюється на двох рівнях: національному та наднаціональному, що зумовлено об'єктивною необхідністю та новими реаліями світогосподарського життя. У зв'язку з цим, вважаємо, що регулювання процесів конкуренції та концентрації на національному рівні має бути спрямоване більшою мірою на сприяння підвищенню конкурентоспроможності національних виробників у конкурентній боротьбі з іноземними конкурентами та повинен бути посилений контроль за процесами концентрації, які здійснюються за участю ТНК. У свою чергу, на наднаціональному рівні має бути розроблене правове забезпечення глобальної антимонопольної політики, яке було б гармонізоване із законодавством національних країн і мало б форму не рекомендацій, а повноцінних регуляторних актів, обов'язкових для дотримання усіма учасниками міжнародних товарних ринків, на які компетенція державних органів не поширюється. Така політика має бути спрямована на забезпечення високого рівня конкуренції між ТНК і недопущення зайняття останніми монопольного або домінуючого становища.

Глобалізація як визначальна тенденція розвитку сучасного світового господарства впливає на всі сфери суспільного життя, у тому числі і на рівень конкуренції та концентрації товарних ринків. Це проявляється у дедалі більшому пануванні ТНК як на національних, так і на міжнародних і глобальному ринках, а також на розподілі функцій антимонопольного регулювання між національними та наднаціональними органами. На сучасному етапі для країн з транзитивною економікою актуалізується питання забезпечення таких умов конкуренції, які б сприяли підвищенню конкурентоспроможності їх виробників як на національному, так і на глобальному ринках та забезпечили їх виживання в економічному суперництві з ТНК.

Перспективи подальших досліджень у цій сфері пов'язані з необхідністю розробки конкретних пропозицій щодо регулювання процесів економічної концентрації на глобальному рівні з метою забезпечення оптимального співвідношення "концентрація-конкуренція".

1. Bain J.S. Barriers to New Competition. Cambridge, M.A: Harvard University Press, 1956. 2. World Investment Report 2009. Transnational Corporations, Agricultural Production and Development // United Nations. – New York and Geneva 2009. // http://www.unctad.org/en/docs/wir_2009_en.pdf 3. Грентикова І.Г. Теоретические аспекты глобализации / Вестник ОГУ. – №8(90). – 2008. – с. 4-9. 4. Економічна теорія:

Політекономія: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – 7-ме вид., стер. – К.: Знання-Прес, 2008. – 719 с. 5. Загашвили В. Государство на новом этапе экономической глобализации. // Мировая экономика и международные отношения. – №5. – 2009. – с.43-51. 6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЕ, 2000. – 608 с. 7. Ігнатюк А.І. Галузеві ринки: теорія, практика, напрями регулювання: Монографія. – К.: ННЦ ІАЕ, 2010. – 465 с. 8. Лукашенко О.А. Влияние глобализации на формирование новых подходов к реализа-

ции антимонопольной политики // Научный вестник Уральской академии государственной службы. – №3(4). – 2008 // <http://vestnik.uapa.ru/issue/2008/03/11/> 9. Офіційний сайт Організації Об'єднаних Націй // <http://www.un.org/ru/development/globalization/> 10. Шишков Ю. Государство в эпоху глобализации // Мировая экономика и международные отношения. – №1. – 2010. – с.3-13.

Надійшла до редколегії 09.05.11

УДК 330.117:336.13

А. Залєвська-Шишак, канд. екон. наук, асист.

РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАСНОСТІ НА ЕТАПІ РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

У статті розкрито сутність і значення державної форми власності в ринкових умовах. Розглянуто роль державної власності та державного сектору, виявлено його структурні елементи та чинники підвищення ефективності функціонування. Обґрунтовано тенденції та закономірності розвитку державної власності в умовах ринкової трансформації економіки.

Ключові слова: власність, державна власність, державний сектор, суспільні блага, трансформаційна економіка.

Статья посвящена проблемам государственной собственности в условиях рыночной экономики. Рассмотрено роль государственной собственности и государственного сектора, определены их главные структурные элементы и факторы, которые благотворно влияют на развитие экономической системы. Обоснованы тенденции и закономерности развития государственной собственности в условиях рыночной трансформации экономики.

Ключевые слова: собственность, государственная собственность, государственный сектор, общественные блага, трансформационная экономика.

The article is dedicated the problems of public ownership under market economy. Theoretical and methodological grounds for the role of public ownership and public sector in market economy are presented. Structural elements and factors promoting the efficiency of market operation are determined. Directions and regularities in the development of public ownership under market transformations are outlined.

Key words: property, public ownership, public sector, public goods, transformational (transition) economy.

Одним з найважливіших феноменів формування розвинутих ринкових відносин є власність. Враховуючи цю обставину, актуальним є дослідження ролі державної власності в процесі розбудови ринкових відносин в Україні.

На сьогодні питання трансформації інституту власності в Україні залишається невизначеним. За відсутності адекватної інституційно-правової бази в нашій країні виникли специфічні проблеми, пов'язані з розподілом прав власності та боротьбою за контроль над підприємствами, що призвело не лише до трансформаційного спаду, а й до його поглиблення.

Неокласичні тенденції мінімізації державного впливу та дерегулювання ними, в чому переконує досвід розвинених країн, а також наслідки світової економічної кризи, потребують посилення економічних функцій держави, її ефективності. Перетворення держави у колективного підприємця, одного з важливих суб'єктів економічної діяльності і ринкових відносин стало реальністю. У різних країнах на державну власність припадає від 1/3 до 2/3 створюваного у них ВВП. У зв'язку з цим існує необхідність теоретичного обґрунтування місця і ролі державної власності в реформуванні економіки України.

Аналіз вітчизняної та зарубіжної економічної літератури останніх років показує, що проблема власності перебуває в центрі уваги багатьох учених дослідників соціально-економічних процесів. Теоретико-методологічні основи функціонування державної власності в трансформаційній економіці у світовій і вітчизняній науковій літературі розроблені досить глибоко і всебічно. Еволюція економічної думки стосовно теоретичних основ власності була відображена в наукових працях зарубіжних авторів різних поколінь і напрямків. Теорії, які формувались одними школами, доповнювались та розвивались іншими.

Ступінь розробки даної проблеми має двоїстий характер. З одного боку, широко відомі узагальнення суті державного сектору промислово розвинутих країн, його ролі в умовах глобалізації, зокрема в працях таких вчених як А. Мізес, А. Алчіан, Р. Коуз, Д. Норт, А. Оноре, Г. Демсець та інших. З другого боку – незаперечним є факт відсутнос-

ті цілісної концепції держави в трансформаційній економіці, визначення місця і ролі державного сектору.

На сьогодні є роботи українських та російських вчених, в яких розглядаються теоретичні засади державотворення. Йдеться, зокрема, про дослідження В. Базилевича, А. Гальчинського, В. Геєця, А. Гриценка, П. Єщенко, Я. Жаліла, Б. Кваснюка, І. Лазні, В. Мандибури, Ю. Пахомова, В. Радченка, В. Рибалкіна, А. Чухна Л. Абалкіна, А. Пороховського, Ф. Шамхалова та інших.

Однак проблема системного висвітлення економічної ролі держави в умовах ринкової трансформації, місця державної форми власності в реформуванні економіки, визначення найбільш ефективних напрямів її використання в господарській діяльності різних сфер і галузей, а також сутності й складових політики держави щодо управління власністю в трансформаційній економіці, потребує подальшого вирішення.

Державна власність є важливою складовою саме трансформаційної моделі господарювання. Як суб'єкт власності держава використовує об'єкти, що знаходяться в її володінні і розпорядженні для виробництва, обміну, розподілу і споживання суспільних благ. Це дозволяє більш повно реалізувати потреби всіх і кожного в суспільстві, а, тому, сприятиме формуванню соціально-орієнтованої моделі економіки і громадянського суспільства.

Участь держави в різних сферах і галузях господарювання, підприємства яких через економічні, соціальні, політичні, стратегічні чинники мають знаходитися цілком або частково в державній власності, відтворює змішану економічну модель діяльності державного і приватного секторів. Подібна конвергенція в умовах ринку сприяє більш повному вирішенню соціально-економічних завдань суспільства, що потребує набуття державним сектором господарювання вагомих конкурентних переваг.

З метою реалізації економічної стратегії держави з точки зору забезпечення її максимальної ефективності в програмних урядових документах визначено сфери і галузі, в яких необхідно і доцільно використовувати державну власність у підприємницькій діяльності, а саме: нерухомість, природні копалини у вигляді руд, енергоносіїв, будівельних матеріалів тощо, повітряний і во-

дний простір, теле- і радіотрансляцію, ексклюзивну економічну інформацію, а також інфраструктурні галузі, що забезпечують розвиток соціальної сфери, науково-технічний потенціал держави та її безпеку.

На сьогодні основними умовами зростання ролі державної власності в транзитивних економіках є: а) відтворення ринкових інститутів, таких як гарантія прав власності, підтримка досконалої конкуренції; б) забезпечення фінансування інноваційного розвитку економіки; в) соціалізація економіки; г) збільшення інвестицій у людський капітал; д) екологізація економіки; е) захист і підтримка національного товаровиробника в умовах глобалізації та відкритості економіки і мобільності капіталу у децентралізованих системах.

Аналіз сучасного інституціоналізму та ринкових перетворень свідчить, що інституційне середовище, яке склалося в Україні, досить несприятливе для економічного розвитку. Головна вимога інституціональної теорії про збіг індивідуальних інтересів людей з прибутковою діяльністю самостійних ринкових структур порушена.

Сучасна економічна теорія, інституціоналізм зокрема, надає великого значення формально правовому регулюванню діяльності інститутів. В урядових колах поширена думка, що законодавча діяльність здатна розв'язати всі суперечності українських реформ. Але справа не лише в цьому. Законодавча система відстає від швидкоплинної практики, крім того не враховує і не в змозі передбачити всю багатоманітність господарського життя.

На наш погляд, у регулюванні ринкового середовища має велике значення не лише сила традицій, усталених міжгалузевих та внутрігалузевих зв'язків, етичних норм ділового спілкування, моральних засад підприємницької діяльності, культурно-політичної організації тощо. Однією з причин невдач ринкового реформування в Україні було те, що воно виявилось інституційно не забезпеченим, супроводжувалося розривом традиційних господарських зв'язків, процес приватизації виявився суперечливим і не зміг компенсувати роль традиційних чинників економічного порядку.

Нова роль держави передбачає розвиток технологій індикативного планування. Останні мають розроблятися з участю ділових кіл та наукових установ, і виконувати функцію орієнтирів щодо перспективних напрямів господарської кон'юнктури та економічної політики держави.

Винятком у даному відношенні є підприємства державного сектора, де технологія планування може бути різного ступеня жорсткості, в тому числі директивного управління у відповідності з цілями державної політики.

Державна власність є інтегральною складовою ринкової економіки. Вона являє собою вищу форму усупільнення виробництва, привласнення і розподілу матеріальних і нематеріальних благ з метою реалізації державних і суспільних інтересів. Останні не завжди співпадають, оскільки відмінними є поняття держава і суспільство.

В умовах глобалізації зростає роль і місце державного сектора в процесі становлення інформаційного суспільства і реалізації потреб у суспільних благах всіх і кожного. Є ресурси, які не повинні контролюватися приватними особами (вода, повітря, електромагнітні хвилі, ґрунтові води, звуки, світло тощо), тому що це не спри-

яє раціональному користуванню ними, призводить до їх виснаження й руйнації, що потребує додаткових витрат, з одного боку, а з іншого – не дозволяє певною мірою забезпечити даними благами все суспільство. Класичними прикладами, що відображають подібний стан, є перевантаження суспільних шосейних доріг, суспільних парків, надмірний вилов риби тощо. Розв'язати дану проблему можна шляхом партнерства державного і приватного секторів та створенням змішаної економіки.

Вивчення наукових праць та світового досвіду господарювання дозволяє стверджувати, що перспективи України зайняти пристойне місце у європейському співтоваристві залежатимуть від того, наскільки швидко та ефективно здійснюватиметься стратегічне партнерство державного і приватного секторів, у першу чергу в галузях виробничої і соціальної інфраструктури. Це дасть можливість підприємствам державного сектора діяти за законами ринкової економіки, отримувати прибуток, бути незалежними від бюджетних надходжень і використовувати власні кошти для модернізації підприємств.

У трансформаційній економіці зростає роль держави як системи організації суспільної влади, основною функцією якої є створення умов для суспільного розвитку. Економічне підґрунтя цього розвитку складають відносини власності, які дістали адекватне нормативно-правове забезпечення.

Це дало підстави дійти висновку, що трансформація відносин власності є лише одним з інструментів державної політики розбудови соціального ринкового господарства, проте інструментом, основою якого є природне право людини володіти, користуватись і розпоряджатись результатами цього володіння, а тому потужним і дійовим, який потребує адекватного законодавчого забезпечення.

На часі перехід до пошуку шляхів удосконалення управлінських механізмів організаційно-правових засад державного регулювання відносин власності, зокрема щодо підприємств з державно-приватною формою власності, а також запровадження нових форм впливу на економічні та соціальні процеси розвитку національної економіки в умовах закінчення періоду фіскальної приватизації.

Враховуючи специфіку розвитку України, світовий досвід функціонування державного сектора економіки в країнах з ринковою економікою, вважаємо доцільним (запропонувати) відтворювати масштаби державної власності з врахуванням економічних, соціальних, історичних, традиційних і політичних чинників. Це сприятиме посиленню регулювання економіки і задоволенню нагальних потреб, що реалізуються через виробництво суспільних благ державним сектором.

1. Гальчинський А. Глобальні трансформації: концептуальні альтернативи. Методологічні аспекти. – К., 2006. 2. Геець В.М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку. – К., 2009. 3. Єщенко П.С., Кваснюк Б.Є., Бірюков О.А. Нова модель держави. – Слов'янськ, 2002. 4. Стігліц Дж. Економіка державного сектора. – К.: Основи, 1998. 5. Україна в 2010 році: щорічні оцінки суспільно-політичного та соціально-економічного розвитку: монографія / за заг. ред. А.В. Єрмоласова. – К.: НІСД, 2010.

УДК 339.727.3

О. Доліновська, асп.

МІЖНАРОДНИЙ КРЕДИТ: ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА, СУТНІСТЬ ТА ВИДИ

У статті подано дослідження сутності міжнародного кредиту, а також його функції і наслідки. Наведені особливості формування урядових кредитів та їх основний різновид.

Ключові слова: міжнародний кредит, урядовий кредит, державний борг, державний кредит, боргові зобов'язання, кредитні відносини, державна позика.

В статье представлены исследования сущности международного кредита, а также его функции и последствия. Приведены особенности формирования правительственных кредитов и их основная разновидность.

Ключевые слова: международный кредит, правительственный кредит, государственный долг, государственный кредит, долговые обязательства, кредитные отношения, государственный заем.

The article are given the essence of international research credit and its functions and effects. The features of government loans and their basic form.

Keywords: international credit, government loan, public debt, public credit, debt, credit relations, government borrowing, budget deficit.

В умовах сталого розвитку економіки за допомогою податків та інших надходжень до бюджету держава отримує достатньо коштів для свого нормального функціонування. Та досить часто в період кризи податкових коштів недостатньо, тоді держава змушена залучати необхідні кошти ззовні. Здійснюючі державні позики країна має змогу використовувати додаткові можливості, що відкриваються перед нею. На початку розвитку кредитних відносин джерелом таких додаткових надходжень до бюджету були внутрішні фінансові ресурси держави: підприємства, банківські установи та навіть приватні особи. Але з розвитком зовнішньої торгівлі та поглибленням міжнародних зв'язків валютні відносини держави вийшли на новий світовий рівень, де кредиторами запозичень виступають уряди інших країн та міжнародні фінансові організації.

Міжнародні валютні відносини є невід'ємною складовою ланкою світової економіки. Їх функціонування й розвиток пов'язані з обслуговуванням всього комплексу економічних зв'язків, що складаються між окремими країнами, юридичними суб'єктами ринку та приватними особами. Йдеться про обслуговування зовнішньої торгівлі, вивіз капіталу, надання позик і кредитів, науково-технічний обмін, розвиток туризму, інші державні та приватні стосунки.

Входження України у світовий фінансовий простір, відносини з міжнародними фінансовими організаціями, інвестиційна та кредитна політика нашої держави в умовах сучасної глобалізації визначається, насамперед, станом та результатами реформування економіки країни. Активна участь нашої держави у кредитуванні та міжнародному русі капіталів приводить до необхідності досліджень в галузі зовнішніх запозичень. З цією метою доцільно дати економічний аналіз актуальних проблем кредитних процесів на міжнародному рівні, які відбуваються з часу здобуття Україною незалежності. Тому вкрай необхідно визначити сутність міжнародного кредиту його джерело та наслідки для економіки країни в цілому.

За останнє десятиріччя кредитування урядів держав за рахунок вільних коштів певних країн чи спеціально створених фондів стало досить популярним у глобальному світі. Зауважимо, що в сучасній науковій літературі сформовано різноманітні підходи до дослідження міжнародного кредиту. Обґрунтуванню міжнародного кредиту та його наслідків приділяли увагу такі відомі економісти як Р. Барро, Дж. Бьюкенен, А. Лернер, Ф. Модильяні, Т. Мальтус, Д. Юм, Д. Сей, Д. Кейнс. Різні аспекти аналізу державного боргу, доцільності міжнародного кредитування розкриті у роботах сучасних українських та російських економістів. Зокрема, теоретичні підвалини пізнання такого явища як державний борг містяться у доробку В. Базилевича, І. Лютого, В. Андрущенко, В. Федосова, Т. Вахненко, Є. Гайдара

та інші. Розвиток глобалізаційних та інтеграційних процесів дає підставу стверджувати, що на сучасному етапі розвитку економіки дослідження наукових понять та сутності міжнародного кредиту є надзвичайно актуальним завданням. Тому можна стверджувати, що тема міжнародних кредитів здавна цікавила економістів цілого світу і залишається актуальною і сьогодні. Особливу увагу приділяється державним позичкам та урядовим кредитам, оскільки їхня присутність несе за собою тягар, який лягає на національну економіку.

Метою статті є дослідження сутності та значення урядового кредиту на міжнародному та національних ринках, а також його межі і наслідки. Важливим завданням є наукове осмислення сутності міжнародного кредиту та тих чинників які посприяли його зародженню, визначення його принципів та функцій.

Залучення фінансових ресурсів державою на кредитній основі для покриття власних потреб є прийнятною та об'єктивно зумовленою практикою здійснення економічної діяльності. Економічна суть цього процесу полягає в тому, що у певний час є вільний капітал як в середині країни, так і за її межами. Ці капітали здійснюють рух із метою пошуку сфер свого застосування. Участь держави у міжнародному русі капіталів є фактом її входження до світо-господарського простору. Активна політика держави на зовнішньому ринку капіталів закономірно призводить до утворення державного боргу.

Відомі російські економісти Смірнов А. Л. та Красавіна Л. Н. дають таке визначення міжнародного кредиту: "Міжнародний кредит – це рух позичкового капіталу у сфері міжнародних економічних відносин, пов'язаний з наданням валютних і товарних ресурсів на умовах повернення, терміновості і сплати відсотків. Кредиторами і позичальниками виступають приватні підприємства (банки, фірми), державні установи, уряди, міжнародні та регіональні валютно-кредитні і фінансові організації" [5]. Об'єктивно основою розвитку міжнародного кредиту стали вихід виробництва за національні межі, посилення інтернаціоналізації господарських зв'язків. Інтенсифікація світогосподарських зв'язків, поглиблення міжнародного поділу праці обумовили збільшення обсягів, подовження і диференціацію термінів міжнародного кредиту.

Міжнародний кредит бере участь у кругообігу капіталу на всіх його стадіях: при перетворенні грошового капіталу у виробничий у результаті експорту устаткування, сировини, палива; у процесі виробництва у формі кредитування під незавершене виробництво; при реалізації товарів на світових ринках.

Виходячи з вище зазначеного очевидно, джерелами міжнародного кредиту є: тимчасово вивільнена в підприємств у процесі кругообороту частина капіталу в грошовій формі; грошові нагромадження держави й особистого сектора, що мобілізуються банками. Міжна-

родний кредит відрізняється від внутрішнього міждержавною міграцією й укрупненням цих традиційних джерел за рахунок їх залучення з ряду країн. Хоча міжнародний кредит опосередковує рух товарів, послуг і капіталів у зовнішньому обігу, рух позичкового капіталу за національним кордоном є відносно самостійним стосовно товарів, вироблених за рахунок позичкових коштів. Це зумовлено погашенням кредиту за рахунок прибутку від експлуатації введеного в дію за допомогою позичкових коштів підприємства, а також використанням кредиту в некомерційних цілях [5].

Сучасна міжнародна фінансова-кредитна система бере початок з Бреттон-Вудської угоди. Перші два повоєнні десятиріччя на Заході проходили під знаком розробленої ще у 30-ті роки XX сторіччя Джоном Кейнсом теорії "повної зайнятості", або "регульованого капіталізму". Появі цієї теорії передувала найглибша в історії економічна криза, яка поставила під сумнів загальновизнаний на той час постулат про автоматичне регулювання ринком процесів економічного відтворення і небажання втручання держави в ці процеси [6, с.35].

Наростання суперечностей розвитку світового господарства обумовило особливу увагу в економічних теоріях щодо світогосподарських зв'язків. Відтак велика увага приділялася проблемі регулювання міжнародної валютно-кредитної сфери.

Аналіз чинників і наслідків зростання напруги в міжнародних економічних відносинах привів економістів і політиків до усвідомлення необхідності проведення радикальних змін у цій сфері вже на початку 40-х років минулого сторіччя. Це усвідомлення підкріплювалося ще й власними практичними потребами союзників по антигітлерівській коаліції: в той час як одні з них конче потребували фінансової допомоги для відбудови потерпілих від війни національних економік, інші, маючи можливість (і навіть потребу) надати цю допомогу, побоювались безповоротної втрати наданих у позичку коштів.

Погоджуючись запозичувати акумульовані кошти і продавати власну продукцію своїм союзникам у кредит, США, зрештою, потребували створення такого міжнародного механізму переміщення фінансових ресурсів, який би гарантував не тільки раціональне використання кредитів позичальником, а й повернення їх згодом кредитором.

На думку українського дослідника Савчука В.С. нагальною потребою якнайскорішої відбудови зруйнованих війною господарських комплексів, надання фінансової підтримки економічно менш розвиненим союзникам по коаліції, відновлення функціонування світових ринків товарів і капіталів, так само як і необхідність усунення потенційної загрози повторення нищівної глобальної економічної кризи, спонукали лідерів країн дійти висновку про доцільність створення більш досконалої схеми розбудови повоєнних міжнародних валютно-фінансових відносин [6].

Взаєморозуміння поширювалось і на проблему доцільності створення міжнародної валютної організації, яка б контролювала всю систему та реалізовувала б механізм валютної співпраці. Цільовим призначенням кредитів цих установ стабілізація, функціонування грошово-кредитних систем, поповнення валютних резервів та підтримка платіжного балансу держав-позичальників.

Сьогодні ж функціонують декілька установ міжнародного кредитування, такі як МВФ, Світовий банк, ЄБРР тощо. Як стверджує Савчук В.С. зв'язок міжнародного кредиту з відтворенням виявляється в його принципах:

1) повернення: якщо отримані кошти не повертаються, то має місце безповоротне передання грошового капіталу, тобто фінансування;

2) терміновість: забезпечує повернення кредиту у встановлені кредитною угодою терміни;

3) платність: відображає дію закону вартості та способ здійснення диференційованих умов кредиту;

4) забезпеченість: виявляється в гарантіях його погашення;

5) цільовий характер: передбачає визначення конкретних об'єктів позики (наприклад, "зв'язані" кредити) та її застосування насамперед для стимулювання експорту країни-кредитора [6, с.145].

Принципи міжнародного кредиту виражають його зв'язок з економічними законами ринку і використовуються для досягнення поточних стратегічних завдань суб'єктів ринку і держави.

Аналіз засвідчує, що міжнародний кредит виконує певні функції, які відображають специфіку руху позичкового капіталу у сфері міжнародних економічних відносин:

1. Перерозподіл позичкових капіталів між країнами для забезпечення потреб розширеного відтворення. Через механізм міжнародного кредиту позичковий капітал потрапляє в ті сфери, яким віддають перевагу економічні агенти з метою отримання прибутків. Тим самим кредит сприяє вирівнюванню національного прибутку в середній прибуток і підвищенню його маси.

2. Економія витрат обігу у сфері міжнародних розрахунків через заміну справжніх грошей кредитними, а також шляхом розвитку і прискорення безготівкових платежів, заміни готівкового валютного обігу міжнародними кредитними операціями. На основі міжнародного кредиту виникли кредитні кошти міжнародних розрахунків – векселі, чеки, а також банківські перекази, депозитні сертифікати та ін. Економія часу обігу позичкового капіталу в міжнародних економічних відносинах збільшує час продуктивного функціонування капіталу, забезпечуючи розширення виробництва і зростання прибутків.

3. Прискорення концентрації і централізації капіталу. Завдяки залученню іноземних кредитів прискорюється процес капіталізації додаткової вартості, розсуваються межі індивідуального нагромадження, капітали підприємців однієї країни збільшуються за рахунок приєднання до них коштів інших країн.

На думку відомого українського вченого Лютого І.О. значення функцій міжнародного кредиту нерівноцінне і змінюється в міру розвитку національного і світового господарства. У сучасних умовах міжнародний кредит виконує функцію регулювання економіки і сам є об'єктом регулювання [3].

Міжнародний кредит відіграє важливу роль в сучасній економічній системі країни, зокрема: сприяє інтернаціоналізації виробництва та обміну; сприяє зміцненню міжнародних економічних зв'язків; підвищує економічну ефективність зовнішньої торгівлі, стимулює та прискорює ріст світового товарообороту; забезпечує безперервність міжнародних розрахунків та прискорює обіг коштів у міжнародному обороті; слугує методом регулювання платіжних балансів; посилює конкуренцію між країнами, оскільки використовується як знаряддя конкурентної боротьби за ринки збуту.

Загальновизнано, що міжнародний кредит – є одним із самих складних кредитів. Його форми загалом можна класифікувати за кількома головними ознаками, які характеризують окремі сторони кредитних відносин.

За джерелами розрізняються внутрішні, іноземні та змішані кредитування й фінансування зовнішньої торгівлі. Вони тісно взаємозв'язані й обслуговують усі стадії руху товару від експортера до імпортера, включаючи виробництво експортного товару, перебування його в шляху і на складі, у тому числі за кордоном, а також використання товару імпортером у процесі ви-

робництва і споживання. Чим ближче товар до реалізації, тим сприятливіші, як правило, для позичальника умови міжнародного кредиту.

За призначенням залежно від того, яка зовнішньоекономічна угода покривається за рахунок позичкових коштів, розрізняють: комерційні кредити, безпосередньо пов'язані з зовнішньою торгівлею та послугами; фінансові кредити, що використовуються на будь-які інші цілі, включаючи прямі капіталовкладення, будівництво інвестиційних об'єктів, придбання цінних паперів, погашення зовнішньої заборгованості, валютну інтервенцію; "проміжні" кредити, призначені для обслуговування змішаних форм вивозу капіталів, товарів і послуг, наприклад у вигляді виконання підрядних робіт [5].

Кредити за видами поділяються на: товарні (в основному надаються експортерами своїм покупцям), і валютні (видаються банками в грошовій формі). Часто валютний кредит є однією з умов комерційної справи щодо постачання устаткування і використовується для кредиту місцевих витрат на будівництво об'єкта на базі імпортного устаткування.

За валютою позики розрізняють міжнародні кредити, надані у валюті країни-позичальника чи країни-кредитора, у валюті третьої країни, а також у міжнародній рахунковій валютній одиниці, що базується на валютному "кошику" (СДР, еку та ін.).

Міжнародні кредити за термінами поділяються на:

- короткострокові – до року, іноді до 18 місяців (над короткострокові – до трьох місяців, одноденні, тижневі);
- середньострокові – від року до п'яти років;
- довгострокові – понад п'ять років.

Короткостроковий кредит зазвичай забезпечується оборотним капіталом підприємств і використовується в зовнішній торгівлі, у міжнародному платіжному обороті, обслуговуючи неторговельні, страхові та спекулятивні угоди. Довгостроковий міжнародний кредит призначений, як правило, для інвестицій в основні засоби виробництва, він обслуговує до 85 % експорту машин і комплексного устаткування, нові форми міжнародних економічних відносин (великомасштабні проекти, науково-дослідні роботи, впровадження нової техніки). Якщо короткостроковий кредит пролонгується, він стає середньо-, а іноді й довгостроковим. У процесі трансформації короткострокових кредитів у середньо- і довгострокові активно бере участь держава, виступаючи як гарант [5].

З погляду забезпечення кредити можуть бути бланкові та забезпечені.

Забезпеченням зазвичай служать товари, товаророзпорядчі та інші комерційні документи, цінні папери, векселі нерухомість та цінності. Застава товару для одержання кредиту здійснюється в трьох формах: тверда застава (певна товарна маса віддається у заставу на користь банку); застава товару в обороті (враховується залишок товару відповідного асортименту на певну суму); застава товару в переробці (із заставленого товару можна виготовляти вироби, не передаючи їх у заставу банкові).

Кредитор переважно бере в заставу товари, що мають великі можливості реалізації, і, визначаючи розмір забезпечення, враховує кон'юнктуру товарного ринку. Іноді як забезпечення кредиту використовують частину офіційних золотих запасів, оцінюваних за середньоринковою ціною (Фінляндія в 1963 р., Італія, Уругвай, Португалія в середині 70-х років). Країни, що розвиваються, стали ширше практикувати (особливо на початку 80-х років) депонування золота під заставу отриманих іноземних кредитів для погашення своєї заборгованості. Проте позики під заставу золота не набули великого поширення через "негативне золоте застереження",

характерне для багатьох міжнародних кредитів. Сутність його стисло можна сформулювати так: якщо позичальник надасть додаткове забезпечення за іншими кредитами, то кредитор може вимагати такого самого забезпечення і для даної позики. Отже, якщо країна одержить кредит під заставу золота, у неї можуть вимагати золотого забезпечення раніше отриманих позичок. Тому деякі країни прагнуть краще продавати золото. Оскільки застава є способом забезпечення зобов'язань за кредитною угодою, то кредитор має право при невиконанні боржником зобов'язання одержати компенсацію з вартості застави [2].

Бланковий кредит видається під просте зобов'язання позичальника погасити його у певний термін. Звичайно документом за цим кредитом служить соло-вексель з одним підписом позичальника. Різновидами бланкових кредитів є контокорент і овердрафт.

З погляду техніки надання розрізняють: фінансові (готівкові) кредити, що зараховуються на рахунок позичальника в його розпорядження; акцептні кредити у формі акцепту тратти імпортером або банком; депозитні сертифікати; облігаційні позики; консорціальні кредити тощо.

Залежно від того, хто є кредитором, кредити поділяються на: фірмовий, банківський та урядовий;

Фірмовий комерційний кредит – це позичка, надана фірмою, звичайно експортером однієї країни імпортеру іншої країни у вигляді відстрочки платежу за продані товари; комерційний кредит у зовнішній торгівлі поєднується з розрахунками за товарними операціями. Терміни фірмових кредитів різноманітні (звичайно 2-7 років). Вони визначаються умовами кон'юнктури світових ринків, видом товарів та іншими чинниками. З розширенням експорту машин і складного устаткування новим явищем стало подовження їхніх термінів. Фірмовий кредит звичайно оформляється векселем або дається за відкритим рахунком.

Вексельний кредит передбачає, що експортер, уклавши угоду про продаж товару, виставляє переказний вексель (тратту) на імпортера, який, отримавши комерційні документи, акцептує його, тобто дає згоду на оплату в указаний на ньому термін.

Кредит за відкритим рахунком надається за допомогою угоди між експортером і імпортером, за якою постачальник записує на рахунок покупця як його борг вартість проданих і відвантажених товарів, а імпортер зобов'язується погасити кредит у встановлений термін. Кредит за відкритим рахунком практикується при регулярних поставках товарів із періодичним погашенням заборгованості в середині чи в кінці місяця.

Різновидом фірмових кредитів, як визначає Лютій І.О., є авансовий платіж імпортера (аванс покупця), який під час підписання контракту дається імпортером іноземному постачальнику звичайно в розмірі 10-15% вартості замовлених машин, устаткування, суден. Аванс покупця є однією з форм кредитування експорту й одночасно засобом забезпечення зобов'язання іноземного покупця, оскільки імпортер повинен прийняти замовлений товар. У відносинах із країнами, що розвиваються, фірми-імпортери розвинутих країн використовують аванси покупця для вивозу сільськогосподарської продукції з цих країн [3].

У разі невиконання договору з вини особи, котра надала аванс, його слід повернути з вирахуванням збитків на відміну від задатку, який при цьому втрачається. Якщо договір не виконано з вини одержувача задатку, то він зобов'язаний повернути його з покриттям збитків покупцю. Аванс стимулює виконання контракту на відміну від відступного, що надає право звільнитися від зобов'язання за договором без відшкодування збитків

іншій стороні. Іноді купівельний аванс комбінується з відстрочкою платежу, причому рівними частками з визначеними інтервалами (квартал, півроку, рік).

Гнучкішою формою кредиту в міжнародних відносинах є банківський кредит, при якому одним із суб'єктів кредитних відносин виступає банк. Банківське кредитування експорту й імпорту виступає у формі позичок під заставу товарів, товарних документів, векселів, а також обліку тратт. Іноді банки надають великим фірмам-експортерам, з якими вони тісно пов'язані, бланковий кредит, тобто без формального забезпечення [4].

У міжнародній торгівлі банківські кредити мають переваги перед фірмовими. Вони дають можливість одержувачу вільніше використовувати кошти на купівлю товарів, звільняють його від необхідності звертатися за кредитом до фірм-постачальників, робити з останніми розрахунки за товари готівкою за рахунок банківського кредиту. Залучаючи державні кошти і застосовуючи гарантії, приватні банки нерідко надають експортні кредити на 10-15 років за ставками, нижчими від ринкових. Проте банки, як правило, обмежують використання кредиту рамками своєї країни і нерідко ставлять умови про витрачання його на певні цілі, наприклад, на купівлю товарів у фірм, у яких вони заінтересовані. При цьому банківський кредит набуває властивостей фірмового кредиту. Банківський кредит дається банками, банкірськими домами, іншими кредитними установами [7].

Для координації операцій з кредитування зовнішньоекономічних операцій, мобілізації значних кредитних ресурсів і рівномірного розподілу ризику банки організовують консорціуми, синдикати, банківські пули. Банки надають експортні та фінансові кредити.

Фінансовий кредит – це надання кредитів у грошовій (валютній) формі. Фінансові кредити можуть надаватися у валютах країни-кредитора, країни-боржника, а також у третій валюті або взагалі в декількох валютах, як це буває на європейському ринку, коли позика розміщується одночасно в кількох країнах. Однією з форм фінансових кредитів є облігаційні позики, які розміщуються іноземними позичальниками на міжнародному та національному ринках позичкового капіталу за допомогою банків.

Доречно виокремити та детально зупинитися на формах урядового кредиту. Розрізняють такі форми довгострокових (терміном 10-15 і більше років) міждержавних кредитів за рахунок асигнувань із держбюджету.

1. Двосторонні урядові кредити. У широких масштабах міждержавний довгостроковий кредит зародився під час Першої світової війни й набув розвитку у повоєнний період. У Другій світовій війні міжурядові позики не відігравали істотної ролі. Поставки воєнних та інших матеріалів здійснювалися в основному на умовах "ленд-лізу" (в оренду) без кредитних зобов'язань.

2. Кредити міжнародних і регіональних валютно-кредитних і фінансових організацій.

Урядовий кредит (міжурядові позики) – різновидність міжнародного кредиту, який надається однією країною іншій в товарній або грошовій формі, в рамках міжурядової угоди. В широкому розумінні до міжурядових позик належать кредити міжнародних валютно-кредитних організацій, які надаються через МВФ, групу МБРР, Європейський Інвестиційний банк та інші фінансово-кредитні інститути.

Для урядового кредиту характерним є те, що суб'єктами кредитних відносин виступають окремі держави, а об'єктом перерозподілу – їх національний дохід. Звичайно, урядовий кредит надається на більш пільгових умовах, ніж приватний. Він може бути безпроцентним, пільговим, може надаватися у вигляді субсидій. Найчастіше урядовий кредит є цільовим для опанування кон-

кретних проектів, програм економічного та соціального розвитку. Міжурядові позики виступають у формі інвестиційного кредиту, який використовується для фінансування капітальних вкладень. Він може направлятися на збалансування платежів між країнами [7].

У міжнародному обороті кредит виконує функцію нагромадження та перерозподілу позичкових капіталів між країнами для забезпечення потреб розширеного відтворення з метою отримання максимальних прибутків.

В Україну залучаються іноземні кредити для розв'язання проблем, що пов'язані з структурної перебудовою економіки, технічним переоснащенням і модернізацією виробничих процесів, а також для проведення конверсії і розвитку експортного потенціалу.

Міжнародні кредити залучаються на основі міжнародних угод, що заключаються між суб'єктами кредитних відносин. Для координації діяльності економічних агентів України з приводу залучення та цільового використання іноземних кредитів створено Валютно-кредитну раду при Кабінеті міністрів.

Протягом останніх років Україна заключила низку міжнародних угод про відкриття кредитних ліній з окремими державами під конкретні проекти і програми. Набула сталого характеру співпраця Національного банку України (головного агента Уряду) з Міжнародним валютним фондом, Світовим банком і Європейським банком реконструкції та розвитку.

Розширилися також двосторонні зв'язки з центральними банками ряду країн: співробітництво з центральними банками Німеччини, Франції, Нідерландів, Китаю, Ірану; триває співпраця з фінансовими установами США через Агентство міжнародного розвитку США.

Разом з тим зараз спостерігається різке зростання зовнішнього боргу держави та погіршення показників, що характеризують його обслуговування. Це можна пояснити за таких обставин:

по-перше, високими темпами зростає обсяг іноземних кредитів, що призводить до непомірного накопичення боргових зобов'язань перед іноземними кредиторами. Але така політика не завжди підкріплена потенційними фінансовими можливостями (внутрішніми джерелами) погашення зовнішнього боргу;

по-друге, ускладнюються умови використання кредитних ресурсів внаслідок внутрішньої економічної та соціальної нестабільності в країні, виникає недовіра окремих іноземних банків-кредиторів до кредитоспроможності позичальників. Низький економічний потенціал призвів до того, що кредитний рейтинг нашої країни значно понизився. Сьогодні Україна відноситься до груп країн з високим кредитним ризиком;

по-третє, допускається неефективне використання кредитів економічними агентами країни-позичальника. Допускаються нераціональні схеми визначення потреби в іноземних ресурсах, їх мобілізації та наступному погашенні. В Україні серед економічних агентів панує так званий "економічний романтизм", внаслідок чого були допущені оптимістичні прогнози розвитку економіки. Тому потенційні можливості були дещо переоцінені і залучено більше кредитів порівняно із реальною можливістю їх обслужити. Зараз наша держава змушена обслуговувати свій зовнішній борг у деякій мірі за рахунок кредитів МВФ. Але погашати кредити за рахунок нових кредитів – це ганебна практика. Можна застрягнути у "спіраль відсотків", звалитися у "боргову яму" [4].

А тому, головними завданнями органів системи управління зовнішнім боргом полягають у здійсненні системного аналізу та контролю за ефективним використанням іноземних кредитів у відповідності з реальними можливостями країни обслужити свій зовнішній борг.

Отже, міжнародний кредит – це надання позичкових капіталів одних країн іншим у тимчасове користування на засадах повернення, платності та строковості, а кошти для міжнародного кредиту мобілізуються на міжнародному та національних ринках позичкових капіталів.

Однією з основоположних проблем світової економіки є проблема недостатності інвестиційних ресурсів та боротьби за їхнє використання. Тому кожна держава змушена шукати нові методи та форми впливу на економічне та політичне середовище задля забезпечення могутності, необхідної для реалізації державних інтересів. Здійснюючи міждержавні позики, країна має змогу використовувати додаткові можливості, що відкриваються перед нею. В умовах сталого розвитку економіки, при відсутності надзвичайних ситуацій за допомогою податків держава отримує достатньо коштів для свого нормального функціонування. За надзвичайних умов податкових коштів недостатньо. Вийти із скрутного становища держава може, уклавши угоду позики.

Проблеми зовнішнього боргу охоплюють не лише сферу економіки, а й мають політичні наслідки. Так, високий зовнішній борг усуває можливість проведення незалежної економічної політики, зовнішні кредитори починають насаджувати країн не лише умови погашення боргу, але й заходи внутрішньої економічної політики. Зовнішній борг обмежує свободу дій держави, вибір власної стратегії розвитку.

1. Асадчев В.М., Сухоставець А. Борги і заборгованість. Різна природа – спільна проблема / Асадчев В.М., Сухоставець А. // Фінанси України. – 2000. – №2. – С.54-57. 2. Вільгельм С. Глобальна криза та зовнішні борги країн Єврозою. / Вільгельм С. // Finance.ua. – 2009. – №5. – С.45-58. 3. Лютий І.О. Новітні тенденції розвитку фінансової системи держави / Лютий І.О. // Фінанси України. – 2004. – № 5. – С.24-29. 4. Рязанова Н.С. Сучасні тенденції зовнішньої заборгованості / Рязанова Н.С. // Фінанси України. – 2005. – №7. – С.12-27. 5. Смирнов А.Л. Международный кредит: формы и условия. / Смирнов А. Л., Красавина Л. Н. – М., 1995. – 192 с. 6. Савчук В.С. Еволюція теорій розподілу багатства та сучасні суперечності / Савчук В.С. – К: КНЕУ, 2000. – 304 с. 7. Shah A. Third World Debt Undermines Development. / Anup Shah // Global Issues, 2007. – June 03. – P. 5-31.

Надійшла до редколегії 10.05.11

УДК 336.71. 37 "19/20"

І. Новікова, канд. екон. наук

ЕКОНОМІЧНА ОСВІТА, ЯК ІНСТИТУЦІЙНА ОСНОВА РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ В РАМКАХ ФОРМУВАННЯ РИНКОВОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ В УКРАЇНІ: ДОСВІД ІСТОРИЧНОГО МИНУЛОГО

Досліджується процес становлення економічної освіти у контексті формування вітчизняного банківського сектору в умовах ринкових трансформацій наприкінці XIX – на початку XX ст.

Ключові слова: інститут, банки, банківська система, економічна освіта, комерційна освіта, ринкове господарство.

Исследуется процесс становления экономического образования в контексте формирования отечественного банковского сектора в условиях рыночных трансформаций в конце XIX – начале XX в.

Ключевые слова: институт, банки, банковская система, экономическое образование, коммерческое образование, рыночное хозяйство.

The process of formation of economic education in the context of the domestic banking sector in terms of market transformations in the late nineteenth – early twentieth century.

Keywords: college, banks, banking, economics, trade education, market economy.

У сучасних умовах розвитку вітчизняного господарства, особливо у теперішній складний період, перед державою постає ряд питань і проблем, що потребують негайного уважного вивчення, кваліфікованого аналізу та вірного розв'язання. Однією з найважливіших задач є й переорієнтація згідно європейських стандартів національної освіти. Але тут варто звертати увагу відповідних фахівців та чиновників не тільки на дотримання стандартів, а й на можливість забезпечення належної якості освіти, на відповідність установ що надають її, на професійний склад працівників тощо. Адже нинішній спад фінансово-ділової активності, труднощі які переживає економіка нашої країни свідчать про те, що в країні вкрай мало справжніх висококваліфікованих кадрів, які взмозі знайти оптимальні шляхи виходу з важкого й напруженого становища. І тут мова йде саме про високоосвічених економістів-практиків яких з одного боку нібито так багато, а з іншого – одиниці.

У такі нелегкі часи особливо актуальною є тематика національного відродження та переоцінка власного історичного досвіду. Україна вже мала можливість у період становлення господарства ринкового типу (дуга половини XIX – початок XX ст.), в умовах злетів і труднощів шляхом спроб і помилок вибудовувати професійну освіту в тому числі й економічну.

Порушена проблема вже неодноразово привертала увагу сучасних дослідників, зокрема Е.Л. Лортикяна [1], Я.Є. Сошинської [2], З.В. Гіптерс [3] та ін. Публікації цих науковців є вагомими й містять цінний матеріал, однак вони не дають можливості повною мірою оцінити та проаналізувати особливості формування структури

освітніх закладів, що надавали економічну освіту, визначити мету та завдання діяльності цих установ, з'ясувати їхні пріоритети, можливості, труднощі тощо.

Мета статті полягає у дослідженні процесу підготовки спеціалістів-економістів в Україні у другій наприкінці XIX – на початку XX ст., а також розгляді та аналізі специфіки діяльності комерційних освітніх установ.

В процесі господарчої трансформації та розвитку на теренах нашої держави протягом другої половини XIX – початку XX ст. швидко збільшувалася кількість фабрик, заводів, великих промислових гігантів а також супутніх обслуговуючих та посередницьких організацій. Еволюція ринкової інфраструктури підтримувалася і супроводжувалася ростом відповідних фінансово-кредитних установ. Здебільшого це були банки акціонерні комерційні, міські, сільські, земельні та тощо і страхові компанії.

Збільшення чисельності банківських установ та постійний розвиток і вдосконалення їхніх операцій у значенні період породжувало зростання попиту на кваліфікованих банківських працівників. Діючи на той час вищі навчальні заклади не могли в повному обсязі забезпечити спеціалістами наявний на них на ринку праці попит, тим паче що такі освітні установи загалом випускали інтелектуальну еліту а не звичайних вузько-кваліфікованих службовців. Проблема формування комерційної освіти стала настільки важливою й очевидною, що наприкінці XIX ст. почала підніматися на найвищому рівні – державному. Міністерство фінансів на чолі з його міністром С.Ю. Вітте стало докладати великих зусиль для того щоб "заповнити відсутню прогалину у вищій комерційній освіті" і сформувати потрі-

бну кількість освітніх комерційних закладів, що готували б широко-освічених економістів, яких не вистачало у різних галузях ринкового господарства, зокрема й у банківництві [1, с. 137].

Потреба підготовки професіоналів з банківської справи особливо загострювалася в міру того, як зростала кількість банків та вдосконалювалася діяльність великих приватних банків, що призводило до поділу банківської праці і до втрати певних кваліфікаційних навичок банківськими співробітниками. Найбільше не вистачало вузько кваліфікованих працівників із цієї галузі, при пришвидшеному терміні навчання яких виникала проблема у їхній недостатній загальній теоретичній підготовці, набутті обмеженої кількості практичних професійних знань, без яких вони могли перетворитися на "просту робочу силу із звичайними наслідками такого роду речей..." [5, с. 3].

Взагалі освітою в Російській імперії, зокрема Україні відало Міністерство народної освіти. Управлінську освітню діяльність воно здійснювало за допомогою своїх піклувальників освітніх округів, яких загалом по імперії було дванадцять. Однак й інші міністерства до освітнього процесу мали безпосереднє відношення. Так, значна кількість нижчих народних шкіл (церковно-приходські та школи-грамоти) знаходилися у підпорядкуванні Урядового Синоду, окрему групу початкових шкіл становили нижчі навчальні заклади військового відомства, значна кількість жіночих навчальних закладів знаходилася у підпорядкуванні Канцелярії по установам Імператриці Марії, щодо технічних і інших спеціалізованих навчальних закладів, то вони переважно знаходилися у відомстві Міністерства фінансів, торгівлі та промисловості, землеробства, внутрішніх справ, шляхів сполучення тощо [6, арк. 1-2]. За "Статистичними відомостями з початкової освіти в Російській імперії за 1896 рік", які були опубліковані Держдепартаментом народної освіти у 1898 р. загальна кількість початкових училищ всіх відомств по імперії становила 78 724. В них навчалася 3 801 133 студентів з яких 2 948 274 особи були чоловічого і 831 544 жіночого роду [6, арк. 4].

Комерційна освіта нижчого рівня на території Російської імперії почала розвиватися ще у XVIII столітті. Перша ж комерційна школа була заснована у 1773 р. в Москві [1, с. 135].

Система освіти фактично була триступеневою. Після нижчого рівня йшов середній. До середніх навчальних закладів відносилися гімназії, прогімназії та реальні училища. У гімназіях надавали загальну широку початкову освіту. Після успішного завершення навчання у такому закладі молодь отримувала право вступати у вищі навчальні заклади – інститути, університети, академії. Метою реальних училищ було надання молоді освіти, яка б відповідала практичним потребам, а слугувала базою для отримання технічних знань у вищих спеціалізованих навчальних закладах.

Перша гімназія була заснована у 1726 р. при Академії наук в Санкт-Петербурзі. Курс навчання в гімназіях становив 8 років, прогімназіях – 6 років, реальних училищах – 5 років. До 1 січня 1899 року в Російській імперії було 191 гімназія, 53 прогімназії й 115 реальних училищ [6, арк. 5]. Перше комерційне училище було засновано в Санкт-Петербурзі у 1772 р., а наступне – аж через 32 роки в Москві у 1804 р. [6, арк. 20].

Вищий рівень освіти в Імперії й Україні становили університети. Їхніми аналогами були відомі європейські вищі навчальні заклади. Перший університет було засновано знову ж таки в Москві у 1775 р., у 1802 р. було створено Дерпський університет (з 1893 р. Юр'ївський), у 1804 р. – Казанський, у 1819 р. – Санкт-

Петербурзький. До кінця XIX ст. їх було 9. На території підросійської України перший вищий навчальний заклад було засновано у 1804 р. у Харкові, у 1834 р. розпочав свою діяльність знаменитий і зараз Київський університет Св. Володимира – флагман в системі сучасної національної освіти. Забезпечувати високий рівень освіченості на півдні України мав створений у 1864 р. в Одесі Новоросійський університет.

Університети склалися з 4-х факультетів: історико-філологічного, фізико-математичного, юридичного та медичного. Були й виключення. Так у Санкт-Петербурзькому був факультет східних мов але не було медичного, в Дерпському крім 4-х зазначених був ще факультет богословський. Щодо українських ВУЗів, то у Новоросійському університеті медичний факультет було відкрито тільки у 1896 р.

Станом на 1 січня 1899 р. в усіх 9-ти університетах Імперії навчалася 16 497 студентів і 1 109 вільних слухачів. Найбільша кількість студентів зосереджувалася у стінах Московського університету – 4 407 чол., за ним слідував Санкт-Петербурзький – 3 788 чол., далі – Київський університет Св. Володимира – 2 604, потім Харківський – 2 604 [6, арк. 7].

Відомчою структурною організацією комерційних навчальних закладів було Міністерство фінансів, до якого згідно з законом від 1894 року мали відноситися всі новостворені установи такого типу. 15 квітня 1896 року імператором Миколою II було видано нормальне положення про комерційні навчальні заклади, яке передбачало наявність і діяльність 4-х типів таких установ: комерційні училища, торговельні школи, торговельні класи і курси комерційних знань. Комерційні училища належали до середніх навчальних закладів і мали на меті підготовку фахівців відповідальних посад у торговельних і промислових підприємствах. Торговельні школи були однокласними з однорічним терміном навчання і трикласними з трирічним навчальним курсом. Вони готували дрібних службовців для торговельно-промислових підприємств. Торговельні класи і курси комерційних знань надавали усім старшим 12-ти років бажаючим, які переважно вже працювали на торговельно-промислових підприємствах, певні знання необхідні у торговельній справі.

Залежно від того за чий кошти утримувалися комерційні навчальні заклади вони поділялися на громадські та приватні. Завідування справами громадського комерційного навчального закладу покладалося на опікунську раду, що складалася з представників його засновників (земств, міст, станів, місцевих общин).

До 1896 року всього по імперії було 10 комерційних училищ, з них 8 було переведено в підпорядкування Міністерства фінансів, а два найстаріших Санкт-Петербурзьке та Московське перебували у Відомстві установ Імператриці Марії. Торговельних шкіл і торговельних класів до 1896 р. не існувало зовсім. Однак після того як вступило в силу зазначене вище положення ситуація змінилася. І вже на початку 1899-1890 навчального року в підпорядкуванні Міністерства фінансів було 56 комерційних навчальних закладів, в тому числі: 19 комерційних училищ, 16 торговельних шкіл, 9 торговельних класів і 12 курсів комерційних знань. Загальна кількість осіб, що здобували у них знання становила 10 950 чол., з них 6 013 – навчалася у комерційних училищах, 2 284 – у торговельних школах, 1 946 – у торговельних класах і 707 ходило на курси комерційних знань. Залежно від популярності фаху число осіб, що навчалися на тому чи іншому відділенні коливалося в межах: від 48 до 695 в училищах, від 27 до 967 в торговельних школах, від 18 до 1 504 в торговельних класах і від 13 до 185 на курсах [6, арк. 20].

На утримання всіх зазначених комерційних закладів різними товариствами й приватними особами витрачалося 1 300 000 руб. Середня вартість 7-класного комерційного училища визначалася на рівні 35 000 руб., однак у деяких училищах вона перевищувала 100 000 руб. Витрати на утримання торговельних класів і комерційних курсів залежно від кількості слухачів коливалися від 300 руб. до 15 000 руб.

Крім описаних вище комерційних навчальних закладів у цей же час існували ще 2-класні комерційні відділення при 25 реальних училищах при церквах іноземних сповідань і при 3-х приватних реальних училищах, а також комерційні курси для жінок при Демідівському будинку піклування.

Згідно вищезазначеного положення 1896 р. право заснування нових комерційних навчальних закладів, а саме: торговельних курсів, класів, шкіл та комерційних училищ надавалося державним установам, становим товариствам і приватним особам. Основними товариствами, які цілеспрямовано займалися формуванням цілісної мережі освітніх установ, що надавали економічні знання були товариства розповсюдження комерційної освіти. 11 вересня 1897 р. за ініціативи й підтримки відомого російського підприємця, представника правління Московського купецького товариства взаємного кредиту Олексія Семеновича Вишнякова таке товариство було засновано в Москві. Головою товариства було обрано самого О. Вишнякова, почесним головою – міністра фінансів С.Ю. Вітте. Крім того до складу виконавчого комітету ввійшли відомі підприємці й діячі: М.І. Гучков – співвласник торговельного будинку "Юхим Гучков і сини", член ради Петербурзького міжнародного і Московського комерційного банків, виборний Московського біржового товариства; П.О. Морозов – член правління компанії Бродсько-глухівської мануфактури, член ради Московського банку; С.М. Третьяков – директор правління Костромської лляної мануфактури, виборний Московського біржового товариства; член ради з'їздів представників промисловості і торгівлі, ради Московського банку, Московського купецького товариства взаємного кредиту та інші. Аналогічне – Київське товариство розповсюдження комерційної освіти розпочало свою діяльність на теренах України, головою правління якого у 1896 р. став відомий підприємець, благодійник Микола Артемович Терещенко.

Отже, стрімкий розвиток системи комерційно-економічної освіти активно підтримувався чиновниками, меценатами і навіть громадськістю. Однак винятки та інциденти все ж були. Зокрема, наприкінці XIX ст. у Києві існувало всього лише два типи навчальних установ що надавали комерційну освіту: два комерційні училища (державне та приватне), метою діяльності яких було надання середньої економічної освіти та торговельної школи (чоловіча та жіноча), що забезпечували нижчий рівень комерційної освіченості. Комерційні училища розташовувалися в окремих будинках, а обидві торговельні школи певний час (близько 3-х років) – в одному. Це була стара, напіврозвалена будівля на Подолі, яку Київське товариство розповсюдження нижчої комерційної освіти відремонтувало й переобладнало під чоловічу торговельну школу. Коли ж у 1899 р. було прийнято рішення про необхідність відкриття жіночої торговельної школи, то її вирішено було тимчасово помістити на нижньому поверсі будинку чоловічої торговельної школи. Крім того у цьому ж будинку розташовувалися торговельні класи для дорослих. Кожна торговельна школа на той час мала 4 класи – 1 підготовчий та 3 спеціальних, а тому для цього крім службових та господарських кабінетів потрібно було щонайменше 8 великих залів для

проведення навчання. Такої кількості кімнат в будівлі просто не було. А між іншим невдовзі планувалося відкрити ще й додаткові вищі класи комерційної освіти. Вкрай скрутне становище врятував відомий меценат М.А. Терещенко, який пожертвував значну суму коштів на будівництво окремого приміщення для жіночої торговельної школи. Паном Б. Хаменко від імені товариства розповсюдження нижчої комерційної освіти до міської думи було подано прохання про відведення місця для цього закладу місця. Згідно її рішення нову школу було вирішено збудувати на вул. Бульварно-Кудринській, де на той час пустувало вільне місце, не було ніякої рослинності, навіть природного садочка. Однак, після того як було затверджено всі організаційні моменти в газеті "Київське слово" за № 4291 деяким паном Осіповим була опублікована стаття сповнена критики розбудови комерційної освіти в Києві. Нарікання Осіпова зводилися до того, що розвиток комерційної освіти може нашкодити природному інтер'єру міста, гармонії і завершеності його краси, його квітучі сади та сквери з часом можуть зникнути... [10]. Будівництво будинку жіночої торговельної школи було завершено у 1902 р. Проектував будівлю закладу відомий інженер, автор багатьох київських споруд Павло Голандський, виконувала будівництво контора знаменитого київського підрядчика Льва Гінзбурга. Школу було названо на честь покійної дружини М. Терещенко – Пелагеї Терещенко [13]. Це була перша Жіноча торговельна школа не тільки на Україні а й в усій Російській імперії [14].

У 1902 р. в його відомстві Міністерства фінансів налічувалося 147 із загальною кількістю понад 20 000 студентів та учнів. На той час в імперії було засновано три політехнічних інститути, один з яких знаходився в Києві та багато нижчих навчально-професійних інституцій [4, с. 101–102].

Однак з розвитком господарства дедалі очевиднішим стало те, що існуюча освітня система не може підготувати дефіцитні професійні кадри, в тому числі й особливо у сфері банківської справи. Тому на початку XX ст. почало підніматися питання про створення спеціалізованого вищого навчального закладу метою діяльності якого було б надання наукової освіти людям, які займалися переважно комерцією, навчили їх розумінню складних проблем торговельного й кредитного обороту та законів ринку. Крім того ці заклади мали виховувати в людях ініціативність, новаторство, виявляти та шліфувати їхні управлінські здібності.

За ініціативи й підтримки відомого російського підприємця, купця 1-ї гільдії Олексія Семеновича Вишнякова у 1907 р. в Москві завдяки Московському товариству розповсюдження комерційної освіти створюється Московський комерційний інститут, який був одним з перших в Європі. Це стало початком формування вищої комерційної й економічної освіти в Російській імперії [7].

На території українських губерній, що входили на той час до складу Російської імперії ідея створення спеціалізованого навчального закладу який міг би здійснювати підготовку високого рівня кваліфікації фахівців, які займали б на великих підприємствах управлінські посади, почала виникати ще у 1903 р. Однак реалізована вона була дещо пізніше. Спочатку такий заклад планувалося відкрити на базі діючого на той час Київського 1-го комерційного училища але пропозиція не знайшла підтримки. У 1906 р. завдяки ініціативи відомого професора Київського університету Св. Володимира М.В. Довнар-Запольського було засновано Київські вищі комерційні курси, які 12 травня 1908 р. були перейменовані на Київський комерційний інститут [8, с. 3].

Це був вищий навчальний заклад, що знаходився у підпорядкуванні Міністерства торгівлі та промисловості. 7-го грудня 1912 р. міністром цього Міністерства було затверджено статут закладу за яким управління інститутом мала здійснювати Опікунська рада. Навчальною частиною мав керувати Навчальний комітет. Виконавчими ж органами були директор та правління.

Створення закладу переслідувало дві мети: теоретичну та практичну. В рамках теоретичної мало здійснюватися навчання студентів комерційних та економічних наук, практичної – підготовка їх до практичної діяльності на торгівельно-промислових підприємствах, фінансово-технічній, державній та громадській службі. Крім того випускники інституту мали право проводити викладання спеціальних предметів в комерційних навчальних закладах.

Згідно зазначених вище напрямків підготовки в інституті було виокремлено два відділення: економічне та комерційно-технічне. А з метою більш детального вивчення деяких галузей знань було створено спеціальні підрозділи: залізничний, страховий, педагогічний, земсько-міський та звісно ж банківський на якому готували спеціалістів банківської справи для державних, громадських та приватних фінансово-кредитних установ. Навчання в інституті забезпечувалося за допомогою читання таких наук: юридичних, історії філософії і педагогіки, фізико-математичних, технологічних і товарознавчих, прикладних, нових мов, економічних та комерційних. Крім того на певних підвідділах здійснювалося викладання необхідних спецкурсів. Більшість предметів супроводжувалася практичними заняттями.

У рамках економічних наук викладалися: економічна географія, сільськогосподарська економія, економічна історія Росії, економічна політика, політична економія, статистика, земське й міське господарство, історія господарського побуту Західної Європи, економічна географія Південно-Західного краю, фінансове право, місцеві фінанси. Доповнювали їх комерційні: комерційна арифметика, фінансові обчислення, політична арифметика, загальне рахівництво, банківське, фабричне та сільськогосподарське рахівництво, техніка банківської справи, водна транспортна справа, комерційна кореспонденція на російських та іноземних мовах.

За правилами прийому до інституту приймали слухачів два рази на рік: перед початком осіннього та весняного семестрів. Причому на рівних правах приймалися особи як чоловічої, так і жіночої статі, які мали відповідну базову середню освіту. Такі абітурієнти ставали дійсними слухачами, непідготовлені – могли бути вільними. Бажаючим вступити до Київського комерційного інституту потрібно було: подати заяву-прохання; документи про наявність відповідної середньої освіти; християнам метричні свідоцтва видані Духовною Консисторією, а іншим віросповіданням – встановленого законом зразка свідоцтва про народження; документи про соціальне походження; відомості про прописку до призовної дільниці і військовозобов'язувальний стан призовника; три засвідчені в офіційному порядку фотокартки з підписом на звороті; свідоцтво про політичну благонадійність [15, с. 6].

Плата за навчання на 1914/15 навч. рік. становила 50 руб. за півріччя для студентів економічного відділення і 55 руб. – для комерційно-технічного. Крім того всі вступники мали обов'язково здати по 2 руб. на розвиток інститутської бібліотеки [15, с. 10]. Юнаки, що навчалися в інституті (дійсні слухачі) за законом мали право на відстрочку від військових зобов'язань до 27-річного віку.

Популярність інституту була такою, що за перших 8 років його діяльності кількість слухачів зросла у 16,5 разів з 239 у 1906 р. до 3942 у 1913 р. Причому

чисельність жіноцтва в останньому представленому звітному році становила близько 10 %.

Залежно від соціального стану на початку 1913 р. студенти розподілялися таким чином: діти дворян – 179, поважних громадян – 126, міщан – 1710, селян – 325, духовенства – 690, чиновників – 172, військових – 101, купців – 407, іноземців – 31, інших – 93.

Середній рівень освіти студентам інституту переважно забезпечували православні духовні семінарії у яких навчалася з прийнятих 1112 особи, далі йшли комерційні училища – 972 особи, потім реальні училища – 643 особи, чоловічі – 359 та жіночі – 328 гімназії, за якими список можна було б продовжити багатьма іншими існуючими на той час училищами, інститутами і навіть університетами після яких до інституту вступило 4 особи [8, с. 7].

Деканом економічного відділення був д.с.с., магістр агрономії, зверхштатний ординарний професор кафедри товарознавства Сльозкін Петро Родіонович, деканом комерційно-технічного відділення – с. с. доктор ботаніки, зверхштатний ординарний професор кафедри загальної біології.

Навчання забезпечував сильний викладацький склад: 13 – зверхштатних ординарних, 3 штатних та 5 зверхштатних екстраординарних професорів, 3 штатних доцентів, 3 штатних і 28 зверхштатних викладачів, 1 штатний та 4 зверхштатних асистенти, 3 штатних і 3 зверхштатних лаборанти. Серед викладачів були й відомі сучасникам видатні науковці. Так, економічні дисципліни в Київському комерційному інституті викладали знамениті зараз Євген Євгенович Случкий – статистику, професор Костянтин Григорович Воблий – економічне страхування і політичну економію, професор Леонід Миколайович Яснопольський – фінансове право та торгівельну політику, Петро Леонідович Кованько – економічну політику та місцеві фінанси, професор Дмитро Олександрович Граве – страхову математику й теорію ймовірностей, професор Михайло Мифодійович Катков – торгівельне право, вексельне право, страхове право тощо, викладач Олександр Васильович Абрамович – банківську бухгалтерію, викладач Лев Германович Барац – банківську справу та ін. [15, с. 65-80].

Наступний осередок професійних економічних знань було створено в Харкові. На початку 1920-х рр. Харківське купецьке товариство почало піднімати питання про перетворення діючих з 27 травня 1912 р. Харківських вищих комерційних курсів на Харківський комерційний інститут.

Середній ступінь здобуття основ економічної освіти, як уже було вище зазначено, на території України забезпечували комерційні училища. Вони були як чоловічими, так і жіночими. Однак жіночі училища почали виникати вже аж на початку ХХ ст. Одним з таких було відоме у Києві 7-микласне жіноче училище засноване П.Д. Новицькою. Навчання у ньому розподілялося на 7 класів: 5 загальних і 2 спеціальних (підготовчих: молодше та старше). Чисельність учениць кожному класі не могла бути більшою за 40. Серед загальноосвітніх обов'язкових предметів були: мови (російська, німецька й французька), географія, історія, математика, фізика, хімія, правопис, рукоділля, спів тощо. Профілюючими – комерційна арифметика, бухгалтерія (теоретична та практична), комерційна кореспонденція (на російській та інших мовах), політична економія, законодавство (переважно торгівельне і промислове), товарознавство й технологія, комерційна географія (переважно Росії). Необов'язковими предметами, що викладалися за бажанням учениць і за додаткову плату могли бути англійська мова, читання, стенографія, друк, танці, музика і ручна праця. З метою практичного засвоєння наук

ученицям, під наглядом викладачів, влаштовували планові екскурсії до музеїв, фабрик, заводів та інших підприємств. На молодше підготовче відділення приймалися 8-10-річні діти, на старше – 9-12-річні. До першого класу могли бути зараховані дівчатка віком 10-13 років, які мали відповідну початкову освіту. До переліку вступних документів входили: заява-прохання про зарахування до закладу на ім'я директора училища, метрика та медична довідка про загальний стан здоров'я й щеплення. Найбідніші учениці могли бути звільненими від плати за навчання або отримати право платити 50 %. Однак загальна кількість пільговиків не могла перевищувати 2-3 % [16, с. 10]. Відмінниці по завершенню навчання в училищі нагороджувалися срібними та золотими медалями. Аналогічні умови навчання, за деякими відмінними нюансами були й у інших таких навчальних закладах під російської України.

Отже, попри всі перепони очевидно, що усвідомлення важливості значення комерційної освіти у господарській системі посилювалося, і на початку XX ст. повага до неї остаточно утвердилася.

В подальшому глибоке усвідомлення суспільством необхідності в якісній комерційній освіті сприяло появі нових комерційних навчальних закладів, які незважаючи на труднощі та перешкоди, надавали загальну та спеціальну економічну освіту своїм слухачам та готували економістів-фахівців, збільшення кількості яких серед населення сприяло поширенню економічної грамотності, пошуку нових, стратегічно-обдуманих підприємницьких рішень та інноваційних шляхів розвитку еконо-

міки, що загалом призводило до піднесення ефективності ведення господарства.

1. Лортикян Э.Л. Развитие экономического и коммерческого образования в Украине в начале XX века / Э.Л. Лортикян // Схід-захід: Історико-культурологічний збірник. – Х.: "Майдан", 1998. – С. 135-149.
2. Сошинська Я.Є. Вища економічна освіта в Україні та її документно-інформаційне забезпечення (друга половина XIX – початок XX ст.) / Я.Є. Сошинська // Питання культурології. – К., 2005. – Вип. 21. – С. 143-149.
3. Гіперс З.В. Економічна освіта молоді в Галичині XIX – першої половини XX століть: теорія, досвід, персоналії: [монографія] / З.В. Гіперс. – Л.: ЛБІ НБУ, 2006. – 220 с.
4. Билимович А.Д. Министерство финансов (1802–1902). Исторический очерк / Александр Дмитриевич Билимович. – К, 1903. – 106 с.
5. Блюменфельд И. Образовательные банковые учреждения в 3. Европе и С. Америке / И. Блюменфельд. – Екатериногорск, 1909. – 33 с.
6. Центральний державний історичний архів України (далі – ЦДІАУ). – Ф.12 (кмф). – Оп.1. – Спр.327.
7. РЗА им. Г.В. Плеханова. – Режим доступу: <http://www.prokredo.ru/college.php?id=2>. – Заголовок з екрану.
8. Киевский коммерческий институт 1913 г. – Киев, 1913. – 32 с.
9. ЦДІАУ. – Ф.12 (кмф). – Оп.1. – Спр.280.
10. Высшие коммерческие курсы Харьковского купеческого общества, состоящие в ведении Министерства торговли и промышленности. Записка о деятельности курсов в 1912-13 уч. году. – Харьков, 1914. – 8 с.
11. Хаменко Б. Красоты Киева и коммерческое образование (ответ г-ну Осипову) / Б. Хаменко // Киевское слово. – 1900. – 4 января.
12. ЦДІАУ. – Ф.12 (кмф). – Оп.1. – Спр.281.
13. Малаков Д. Моя школа / Д. Малаков // Зеркало недели. – 2005. – 4-10 июня.
14. Династия Терещенко: Н.А. Терещенко. – Режим доступу: <http://209.85.129.132/search?q=cache:ivOa9fvNxl4J:www.ukrsugar.kiev.ua/history.org>. – Заголовок з екрану.
15. Правила о приеме в Киевский коммерческий институт с краткими сведениями для поступающих в него и состоящих слушателями его (с приложением схемы и плана преподавания на 1914-15 уч. г.). – К.: типография И.И. Чоколова, 1914. – 80 с.
16. Устав частного женского коммерческого училища П.Д. Новицкой в г. Киеве. – К.: типография С.В. Кульженко, 1906. – 27 с.

Надійшла до редколегії 12.05.11

Наукове видання



ВІСНИК
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ЕКОНОМІКА

Випуск 128

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 13.09.11. Формат 60x84^{1/8}. Вид. № Е24. Гарнітура Arial. Папір офсетний.
Друк офсетний. Наклад 300. Ум. друк. арк. 10,0. Обл.-вид. арк. 7,0. Зам. № 211-5776

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](http://vpc.univ.kiev.ua)