

05(К.УН.)  
Вісн



ISSN 1728-3817 (загальний)

ISSN 1728-2667 (серійний)



# ВІСНИК

КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

## ЕКОНОМІКА

88  
—  
2006



Розглянуто такі проблеми, як визначення змісту та факторів глобалізації економіки; вплив глобалізації на розвиток внутрішнього ринку країни; вплив інтеграційних процесів на структуру та масштаби зовнішньої торгівлі країни; наслідки вступу України до СОТ; розвиток внутрішнього ринку країни та шляхи посилення конкурентоспроможності національної економіки. Значну увагу приділено аналізу негативних та позитивних боків глобалізації в контексті розвитку світової економіки та визначення шляхів розвитку внутрішнього ринку України і посиленню конкурентоспроможності вітчизняної економіки.

Для наукових працівників, викладачів, аспірантів і студентів.

The discussed issue comprise: a methodology to study nature and factors of globalization and its effect on development of the domestic market; an impact of the integration processes on structure and scope of the external trade; consequences of Ukraine's joining WTO; development of the internal market and ways of raising competitiveness of the national economy. A considerable attention is focused on exploring negative and positive aspects of globalization in the context of the world economy development, distinguishing ways for advancement of the national market and raising competitiveness of the national economy.

For research associates, University teachers, post-graduates, graduates and undergraduates.

**ВІДПОВІДАЛЬНИЙ РЕДАКТОР**

В.Д. Базилевич, д-р екон. наук, проф.

**РЕДАКЦІЙНА  
КОЛЕГІЯ**

В.М. Шелудько, канд. техн. наук, доц. (заст. відп. ред.); А.А. Чухно, д-р екон. наук, проф., акад. НАН України; Д.М. Черваньов, д-р екон. наук, проф., чл.-кор. АПН України; В.А. Євтушевський, д-р екон. наук, проф.; П.С. Єщенко, д-р екон. наук, проф.; І.О. Лютий, д-р екон. наук, проф.; В.О. Мандибура, 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.; В.Л. Осецький, д-р екон. наук, проф. (відп. секр.).

**Адреса редколегії**

03022, Київ-22, вул. Васильківська, 90-а, економічний факультет;  
тел (38044) 259 71 82

**Затверджено**

Вченю радою економічного факультету  
24.01.06 (протокол № 6)

**Атестовано**

Вищою атестаційною комісією України.  
Постанова Президії ВАК України  
№1-05/7 від 09.06.99

**Зареєстровано**

Міністерством інформації України.  
Свідоцтво про Державну реєстрацію КІ № 251 від 31.10.97

**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, б-р Т.Шевченка, 14, кімн. 43  
тел (38044) 239 31 72, 239 32 22; факс 239 31 28

Наукова бібліотека  
ім. М. Максимовича  
**КНУ**

ім. ТАРАСА ШЕВЧЕНКА



**11539JB**

## ЗМІСТ

Черваньов Д., Названова Л. Конкурентноздатність та менеджмент підприємств.....	4
Мунтіян В. Виклики глобалізації та інформаціологічна економіка.....	8
Гао Сіонь Торгівельно-економічне співробітництво між Китаем і Україною .....	11
Пікус Р. Міжнародна практика оцінки надійності страхових компаній.....	12
Черняк О.І., Клименко О.О., Урсуленко О.В. Перспективи розвитку ринку комерційної нерухомості в Україні.....	15
Рокоча В. Глобалізація і міжнародний економічний порядок .....	19
Довгань С. Маркетинговий підхід до стратегії формування регіонів-переможців .....	22
Каніщенко О., Паранд Ф. Потенціал взаємовигідного співробітництва: Україна і Іран в умовах глобалізації .....	24
Шевченко В. Фінансова глобалізація: переваги та виклики для національного фінансового ринку .....	26
Дідківська Л. Модифікація конкуренції на внутрішньому ринку під впливом глобалізації: методологічні та практичні аспекти .....	29
Гайдай Т. Теорія інституційної зміни в контексті євроінтеграційного вибору України.....	34
Мазур І. Особливості тінізації економіки в розвинених країнах: просторово-часовий аспект .....	37
Длігач А. Застосування стратегічного маркетингу та інновацій для посилення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств .....	41
Жилінська О. Рейтинговий підхід до визначення конкурентоспроможності національної економіки в умовах глобалізації .....	44
Богомаз Н. Глобальні стратегії на сучасних промислових ринках .....	48
Кочкіна Н. Врахування соціокультурних особливостей країни при формуванні рекламної стратегії підприємства на зовнішньому ринку .....	50
Кочергіна Н., Степаненко Б. Міжнародні злиття та поглинання банків як прояв глобалізації фінансових ринків .....	54
Анісімова Л. Особливості моделювання технологічних процесів.....	58

---

**CONTENTS**

---

<b>Chervanyov D., Nazvanova L.</b>	
Competitiveness and management of enterprises.....	4
<b>Muntian V.</b>	
Challenges of globalization and informatiological economy .....	8
<b>Gao Xi Yun</b>	
Trade and economic cooperation between China and Ukraine.....	11
<b>Pikus R.</b>	
International practice of insurance companies' liability assessment .....	12
<b>Chernyak O., Klymenko O., Ursulenko O.</b>	
Development perspectives of the market of the commercial real estate in Ukraine.....	15
<b>Rokocha V.</b>	
Globalization and international economic order .....	19
<b>Dovgan S.</b>	
Marketing approach to forming of strategies of regions-winners.....	22
<b>Kanishchenko O. Parand F.</b>	
Potential of mutually beneficial collaboration: Ukraine and Iran under globalization.....	24
<b>Shevchenko V.</b>	
Financial globalization: benefits and challenges for the national financial market.....	26
<b>Didkivska L.</b>	
Modification of competition in the internal market under the influence of globalisation: methodological and practical aspects .....	29
<b>Gayday T.</b>	
Theory of institution change in context of Ukrainian course to European integration.....	34
<b>Mazur I.</b>	
Features of economy shadowing in developed countries: space-time aspect .....	37
<b>Dilgach A.</b>	
Using of strategic marketing and innovations for raising enterprises' competitiveness.....	41
<b>Zhylińska O.</b>	
Rating approach to determination of national economic competitiveness possibility in conditions of globalization .....	44
<b>Bogomaz N.</b>	
Global strategies on modern industrial markets.....	48
<b>Kochkina N.</b>	
Influence of the social and cultural peculiarity of the country on creating the company advertising strategy on the external market.....	50
<b>Kochergina N., Stepanenko B.</b>	
International banks' mergers and acquisitions as the advance of internationalization in banking .....	54
<b>Anisimova L.</b>	
The peculiarities of modelling of technological processes.....	58

## КОНКУРЕНТНОЗДАТНІСТЬ ТА МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто сутність та зміст поняття конкурентоздатність, як ключового елементу ринкової економіки; визначено основні об'єкти, фактори та методи її оцінки; обґрунтовано необхідність формування нової концепції менеджменту підприємства, орієнтованої на досягнення конкурентоздатності об'єкта.

*The article considers the essence and contents of concept competitiveness as a key element of market economy; the basic objects, factors and methods of its estimation are determined; the necessity of formation of the new concept of management of the enterprise, that is based on the achievement of competitiveness of the object is proved.*

Конкурентоздатність є одним з ключових понять ринкової економіки, оскільки в ньому відображаються економічні, науково-технічні, виробничі, організаційні, управлінські, маркетингові й інші можливості як окремого підприємства, так і економіки країни в цілому. Ці можливості реалізуються в товарах і послугах, що здатні витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними товарами і послугами інших виробників, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Якщо говорити про конкурентоздатність підприємства, то перш за все необхідно під нею розуміти можливість ефективної господарської діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку, що забезпечується всім комплексом наявних у підприємства засобів. Саме виробництво і реалізація конкурентоспроможних товарів і послуг вказує на життєздатність підприємства, його уміння ефективно використовувати фінансовий, виробничий і трудовий потенціали.

Таким чином, в показнику конкурентоздатності відбуваються результати роботи практично всіх служб і підрозділів підприємства (тобто його внутрішнього середовища), а також його реакція щодо зміни зовнішніх факторів. За таких умов, особливо важливою стає здатність підприємства оперативно й адекватно реагувати на зміни в поведінці покупців, їх смаків, вподобань і потреб.

Доречним стає визначення груп факторів, які визнають конкурентоздатність підприємства за такими підсистемами управління організації як [1]:

- виробництво (вигідне місцеположення підприємства; висока міра використання виробничих потужностей; можливість виготовлення великої кількості моделей продукції різних розмірів; низька собівартість продукції; якість продукції; доступ до кваліфікованої робочої сили; висока продуктивність труда; можливість виконання замовлень споживачів);
- персонал (особливий талант; ноу-хау в області контролю за якістю; компетентність в області дизайну; міра оволодіння певною технологією; здатність створювати ефективну рекламу; здатність швидко переводити нові товари з стадії розробки в промислове виробництво);
- маркетинг (широка мережа оптових дистрибуторів; присутність в точках роздрібної торгівлі; наявність точок роздрібної торгівлі, що належать компанії; низькі витрати по реалізації; швидка доставка; висока кваліфікація співробітників відділу реалізації; доступна для клієнтів система технічної допомоги при купівлі і використанні продукції; чітке виконання замовлень покупців; різноманітність моделей; мистецтво продажу; привабливий дизайн; гарантія для покупців);
- організація (рівень інформаційних систем; здатність швидко реагувати на ринкову ситуацію, що змінюється; великий досвід і ноу-хау в області менеджменту);
- НДДКР (якість наукових досліджень, що проводяться; можливість інновацій у виробничому процесі; можливість розробки нових товарів; міра оволодіння існуючими технологіями);
- та інше (сприятливий імідж; загальні низькі витрати; вигідне розташування; доброзичливі та приемні

в спілкуванні службовці; доступ на фінансові ринки; наявність патентів).

Для оцінки конкурентоздатності в практиці управління найчастіше використовують такі основні методи:

Перший метод – вивчення конкурентоспроможності з позицій порівняльних переваг, сутність якого полягає в тому, що кожна країна спеціалізується на виробництві і експорти саме тих товарів, які в інших країнах є порівняно дешевими, ніж в даній, оскільки кожна країна спеціалізується на виробництві тих товарів, за якими її питомі витрати більш низькі, ніж у конкурентів.

Другий метод – оцінка по теорії рівноваги організації і галузі (по факторах виробництва) полягає в тому, що в умовах рівноваги, коли у виробника не існує стимулів для переходу в інший стан, він досяг максимально можливого обсягу випуску і збути товару при незмінному характері попиту і рівні розвитку техніки на даному ринку. У цих умовах кожний з чинників виробництва, і, отже, у сторонніх фірм немає стимулів для вступу в галузь.

Третій метод – структурний, по ринкових позиціях організація, виходить із знання рівня монополізації галузі, тобто концентрації виробництва і капіталу, і бар'єрів для організацій, що знову входять на галузевий ринок організацій. До числа основних перешкод на шляху нових конкурентів звичайно відносяться: економічність крупномасштабного виробництва, міра диференціації продукції, абсолютні переваги у витратах у існуючих фірмах, розмір капіталу, необхідний для організації ефективного виробництва.

Четвертий метод – функціональний, полягає у визначенні співвідношенні: витрати – ціна, завантаження виробничих потужностей, обсяги випуску продукції, норма прибутків і т.д. Прикладом визначення конкурентоспроможності може бути методика консультаційної американської фірми "Дан енд Бредстрайт", в основі якої лежать три групи показників ринкової діяльності такі як:

- показники ефективності виробничо-збудової діяльності організації (відношення чистого прибутку до чистих продажів; відношення чистого прибутку до чистої вартості матеріальних активів; відношення чистого прибутку до чистого оборотного капіталу);
- показник інтенсивності використання основного і оборотного капіталу (відношення чистих продаж до чистої вартості матеріальних активів; відношення чистих продаж до чистого оборотного капіталу; відношення чистих продаж до вартості матеріально-виробничих запасів; відношення основного капіталу до вартості матеріальних активів; відношення матеріально-виробничих запасів до чистого оборотного капіталу);
- показники фінансової діяльності організації (відношення оборотного капіталу до поточного боргу, погашеного протягом року; період оплати поточних рахунків; відношення поточного боргу до вартості матеріальних активів; відношення довгострокових зобов'язань до чистого оборотного капіталу).

**П'ятий метод** – оцінка конкурентоспроможності виробника за якістю продукції, яка базується на виявленні критеріїв задоволення потреб споживачів стосовно конкретного продукту, встановленні ієрархії потреб, їх важливості в межах того спектра, який може оцінити споживач. Потім проводиться порівняння техніко-економічних показників даного продукту з іншими конкуруючими продуктами.

**Шостий метод** – визначення конкурентоздатності товарів за шкалою привабливості, для якої будеться функція, задаються різні параметри, значення яких порівнюються з областю значення на шкалі привабливості і визначається чи є об'єкт абсолютно конкурентоздатним, чи зовсім не конкурентоздатний.

**Сьомий метод** – визначення конкурентоздатності через атрибути (благо), тобто сукупності факторів, які можуть задовольняти певну потребу. Формується, так звана, ідеальна модель, з якою і порівнюються отримані за допомогою опитувального листа дані про важливість тих чи інших благ.

**Восьмий метод** – методика оцінки конкурентоспроможності "Бостонської консалтингової групи" (БКГ), заснована на побудові матриць і попередньому виборі стратегії.

На сьогоднішній день відсутня загально-прийнята методика оцінки конкурентоздатності різноманітних об'єктів (країна, підприємство, продукція). Але серед значної кількості способів обчислення конкурентоздатності об'єктів, на наш погляд, науковий і практичний інтерес представляє методика оцінки конкурентоздатності країни, розроблена швейцарською організацією "Юропіен менеджмент форум", відповідно до якої конкурентоздатність країни оцінюється за 10 факторами, що враховують 245 критеріїв, 187 з яких засновані на статистичних даних ООН, ОЕСР, МВФ, МБРР, а 58 визначені експертним шляхом. До переваг представленої системи факторів конкурентоздатності країни можна віднести велику кількість факторів, що враховують критерії і статистичні дані отримані з різних джерел.

Відповідно до методики "Юропіен менеджмент форум" до факторів конкурентоздатності країни, можна відносити: розвиток економіки країни; динамізм та фінансової системи; динамізм ринку; людські ресурси; ефективність промислового виробництва; ресурси й інфраструктуру; роль держави в забезпечені конкурентоздатності; політику країни у відношенні нововведень; соціально-політичну стабільність в країні; мотивацію торгової діяльності.

Так, в більшості промислово розвинених країн діють чіткі національні стандарти або рекомендації по проведенню функціонально-вартісного аналізу, який розглядається як один з основних методів економії ресурсів і підвищення якості об'єктів. Ці документи не є обов'язковими, але будь-яке підприємство, що поважає себе, намагається застосовувати сучасні методи підвищення якості об'єктів і економії ресурсів [2].

Для цього доцільно, на наш погляд, в управлінні на всіх рівнях ієрархії переходити на концепцію менеджменту, який орієнтований на досягнення конкурентоздатності створюваного об'єкта на основі наукових підходів і методів, концепції маркетингу й урахування людського чинника. При дослідженні конкурентоздатності товарів і послуг рекомендується враховувати такі п'ять факторів її досягнення: якість системи менеджменту, обумовлена відпрацьованістю структури, змісту, зовнішніх і внутрішніх зв'язків цієї системи; якість проектно-конструкторської документації на об'єкт із погляду прогресивності й оптимальності показників призначення, надійності, екологічності, технологічності, ергономічності, патентоспроможності, дизайну, стандартизації й

уніфікації; якість виготовлення об'єкта, обумовлена прогресивністю технології, устаткування, матеріалів, рівнем організації виробництва і праці, системи управління якістю об'єкта; витрати конкретного споживача на придбання, транспортування, експлуатацію, ремонт і утилізацію об'єкта за весь нормативний термін служби; ступінь задоволення додаткових потреб конкретного споживача, що визначається рівнем дотримання правових норм захисту інтересів споживача, якістю упаковування, умовами збереження, продажу, постачання, гарантійного обслуговування та ін.

Як сідчить практика управління підприємствами дія закону конкуренції об'єктивно змушує кожного виробника підвищувати якість продукції ( послуг) і знижувати витрати на його створення і використання. Але резерви підвищення якості й економії ресурсів можна збільшити за рахунок раціонально побудованої системи менеджменту і використання при її розробці наукових підходів. На жаль, в країнах, де слабко діють закон конкуренції й антимонопольне законодавство, наведені п'ять фактірів досягнення конкурентоздатності використовуються не повною мірою.

При формуванні сучасної концепції управління організацією варто використовувати наукові підходи до менеджменту, такі як [4]:

Системний підхід, при якому будь-яка система (об'єкт) розглядається як сукупність взаємопов'язаних елементів, що мають вхід, вихід, зв'язок із зовнішнім середовищем та зворотній зв'язок.

Маркетинговий – припускає орієнтацію керуючої підсистеми на споживача при рішенні будь-яких задач. Вважаємо за доцільне відносити маркетинг до першої функції управління (інші функції – планування, організація процесів і т.д.) оскільки до задач маркетингу входить розробка стратегії розвитку об'єкта; нормативів конкурентоздатності товару; порядку застосування на наступних стадіях життєвого циклу об'єкта концепції маркетингу; реклами; форм збути товару.

У функції маркетингу неправомірно включати розробку, виробництво і збут товару, як це нерідко рекомендується в літературі. Їх повинні виконувати функціональні і виробничі підрозділи фірми, але на основі концепції маркетингу, тобто з орієнтацією будь-якої діяльності на ринок, на конкретні вимоги споживача. Використання концепції маркетингу при розробці, виробництві і збуті товару повинно підкріплюватися додатковим стимулюванням робітників;

Динамічний підхід при якому об'єкт управління розглядається в діалектичному розвитку, в причинно-наслідкових зв'язках, проводиться ретроспективний аналіз поведінки аналогічних об'єктів і прогноз його розвитку.

Інтеграційний підхід орієнтований на використання і посилення взаємозв'язків між окремими підсистемами і елементами системи менеджменту; стадіями життєвого циклу об'єкта управління; рівнями управління по вертикалі; суб'єктами управління по горизонталі.

Інтеграція між окремими підсистемами і компонентами системи менеджменту забезпечується поглибленням і конкретизацією взаємозв'язків між ними, кількісним вираженням цих взаємозв'язків. Наприклад, підсистема, що управляє, задає службам і підрозділам фірми конкретні показники їх функціонування з якості, кількості, витратам ресурсів, термінам і ін., на основі виконання яких досягаються поставлені цілі.

Поглиблення інтеграції по стадіях життєвого циклу об'єкта управління забезпечується формуванням єдиної узгодженої інформаційної системи управління, що включає показники якості, кількості, витрат і т.д. по стадіях маркетингу, НДДКР, організаційно-технологічної

підготовки виробництва, впровадження, експлуатації, утилізації. Узгодженість перерахованих показників по стадіях життєвого циклу об'єктів дає можливість забезпечити оперативність управління і раціональність структури ресурсоємкості.

По вертикальному поглиблению інтеграції досягається шляхом об'єднання юридично самостійних дрібних фірм для забезпечення нових конкурентних переваг шляхом створення потужних науково-експериментальних баз, нових інформаційних технологій, складного устаткування і т.д. Крім того, на основі уніфікованих інформаційних технологій і автоматизованих систем управління варто розвивати зв'язки по вертикальному між державними і місцевими органами управління і фірмами в області ринкової, виробничої, соціальної інфраструктури, науково-технічного прогресу і т.д. Подібна інтеграція дозволяє прискорити запровадження в дію і контроль виконання нових нормативно-правових актів, впровадження останніх досягнень науково-технічного прогресу і т.д.

Функціональний підхід полягає в тому, що потреба розглядається як сукупність функцій, що потрібно виконати для її задоволення. Після визначення функцій створюється декілька альтернативних об'єктів для їхнього виконання і вибирається той із них, у період життєвого циклу якого потрібно мінімум сукупних витрат на одиницю його корисного ефекту. При застосуванні функціонального підходу, коли йдуть від оберненого, від потреб, іноді створюють цілком нові оригінальні об'єкти. При альтернативному, предметному, підході удосконалюється існуючий об'єкт, що не дозволяє докорінно поліпшити його структуру, принципи роботи і т.д. Функціональний підхід реалізується в методах функціонально-вартісного аналізу.

Відтворювальний підхід орієнтований на постійне оновлення виробництва товарів для задоволення потреб конкретного ринку з меншими сукупними витратами на одиницю корисного ефекту в порівнянні з кращим аналогічним об'єктом на даному ринку. Відтворювальний підхід включає: застосування бази порівняння, що випереджає, при плануванні віднслівлення об'єкта, що забезпечує його конкурентоздатність на момент продажу, а не на момент виробництва об'єкта; трактування закону економії часу як економії суми витрат минулого, живої і майбутньої праці за життєвий цикл об'єкта на одиницю його корисного ефекту; розгляд у взаємозв'язку і динаміку відтворювальних циклів що випускається, проектованої і перспективної моделей об'єкта; моніторинг параметрів зовнішнього середовища з метою розробки пропозицій по забезпеченню пропорційності їхнього розвитку і відтворення.

Сутність нормативного підходу полягає у встановленні нормативів управління по підсистемах системи менеджменту. Нормативи відбивають: мінімально (максимально) припустимі витрати будь-якого ресурсу на одиницю продукції, роботи, площин, обсягу і т.д., на конкретний параметр якості; мінімально (максимально) припустиме значення показника об'єкта з погляду його безпеки, екологічності і ін. Вважаємо доцільним нормативи розглядати по таких підсистемах: цільові (показники якості і ресурсоємності товару, параметри ринку, показники організаційно-технічного рівня виробництва, соціального розвитку колективу, охорони навколишнього природного середовища); що забезпечує (нормативи забезпеченості робітників і підрозділів усім необхідним для нормальної роботи, виконання цілей і задач, що стоять перед ними, нормативи ефективності використання різноманітних видів ресурсів у цілому по фірмі); функціональні (нормативи якості планів, організованості системи менеджменту, якості обліку і контролю, нормативи стимулювання якісної праці і ін.).

При застосуванні комплексного підходу повинні враховуватися технічні, екологічні, економічні, організаційні, соціальні, психологічні, при необхідності й інші (політичні, демографічні) аспекти менеджменту та їх взаємозв'язки.

Сутність кількісного підходу полягає в переході від якісних оцінок до кількісних за допомогою інженерних розрахунків, математичних та статистичних методів, експертних оцінок, системи балів та ін.

Адміністративний підхід заключається в регламентації функцій, прав, обов'язків, нормативів якості, затрат, елементів системи менеджменту в нормативних актах (накази, розпорядження, стандарти).

Основна ціль поведінкового підходу – підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок підвищення ефективності її людських ресурсів.

Ситуаційний підхід концентрується на тому, що придатність різних методів управління визначається конкретною ситуацією.

Перераховані наукові підходи необхідно враховувати при побудові сучасної системи менеджменту, яка представляє собою систему наукових підходів, принципів і методів; цільової підсистеми, підсистеми, що забезпечує; керованої і керуючої підсистем, що сприяють прийняттю і реалізації конкурентоспроможних рішень. Структура системи менеджменту повинна максимально відповісти вимогам розглянутих наукових підходів і включати слідуючі підсистеми управління:

- анування, яка полягає у розробці параметрів інформаційної системи підприємства (визначені необхідного об'єму інформації в цілому по підприємству та визначення "місце зберігання" різноманітної інформації по вертикальному і горизонтальному); розробці процедур збору необхідної інформації (визначені методів збору інформації та осіб, відповідальних за збирання та інформації); розробці процедур аналізу зібраної інформації (визначені методів аналізу інформації та осіб, відповідальних за аналіз та інформації); розробці процедур по формуванню планів (визначені форми планів, взаємопов'язаних між собою, строків їхнього формування, узгодження й затвердження та осіб, відповідальних за це);

- контроль, що містить у собі наступні елементи: інформаційну систему (систему планів, включаючи систему планових показників, систему стандартів по діяльності підрозділів, "управлінські індикатори"); процедури (моніторинг поточної діяльності підприємства, оцінка/вимірювання результатів роботи підрозділів підприємства, оцінка/вимірювання виконання планів, передачі й поширення інформації).

Параметри підсистеми контролю повністю залежать від параметрів підсистеми планування на підприємстві. Тому підсистема контролю на промисловому підприємстві повинна формуватися після формування підсистеми планування.

#### Етапи формування цілісної підсистеми планування на підприємстві

1) розробка параметрів інформаційної системи в рамках підсистеми контролю (визначення складу "управлінських індикаторів", показників-стандартів, планових показників та кількісних значень "управлінських індикаторів", показників-стандартів, планових показників);

2) зробка процедур моніторингу, оцінки/вимірювання, передачі й поширення інформації (визначення методів, тимчасових границь, та осіб, відповідальних за ці операції);

• мотивація персоналу, яка повністю залежить від двох попередніх, і в той же час формується під стратегічні й оперативні цілі підприємства (у тому числі, визначені в рамках соціальної стратегії або стратегії розвитку персоналу). Її елементами являються: інформаційна система (система показників оцінки роботи різних підрозділів та результатів роботи працівника, прив'язаних

до певного робочого місця); система процедур (оцінки й стимулювання працівників).

Етапи формування даної підсистеми відбуваються аналогічно попереднім підсистемам:

- формування організаційної структури, що містить у собі наступні елементи: опис функцій, виконуваних у компанії; опис повноважень і відповідальності виконавських ланок (підрозділів підприємства); організаційна схема підприємства.

Етапи формування організаційної структури: визначення функцій, виконуваних у компанії; визначення виконавських ланок, що реалізують функції; розподіл функцій по ланках; організаційний аналіз (виявлення "вузьких місць" – дублювання функцій, "білі плями", перетинання повноважень); визначення посадових обов'язків; розробка "Положення про організаційну структуру".

Основні принципи формування (розробки) організаційної структури:

1. Кожна функція, реалізована фірмою, повинна бути закріплена за конкретною службою/підрозділом.

2. Неприпустиме закрілення однієї функції/задачі за двома й більше службами/підрозділами.

3. Ієархія служб не повинна підкорятися одному суб'єктам управління більше 6-7 об'єктів;

- координація (формування зв'язків в нутрі організації) заснована на принципах функціонування чотирьох попередніх підсистем. Ключовими елементами даної підсистеми є: делегування як передача задач і повноважень працівників, що приймає на себе відповідальність за них; відповідальність як зобов'язання виконувати задачі й відповідати за їхнє успішне завершення перед керівництвом; – повноваження як обмежене право використовувати ресурси організації для виконання делегованих задач.

На промислових підприємствах нерідко можна зустріти досить заплутану систему взаємозв'язків між службами, підрозділами, працівниками різних підрозділів, що сильно ускладнює як оперативну діяльність працівників різних підрозділів (коли на узгодження й уточнення йде значна частина робочого часу), так і процес стратегічного управління підприємством (оскільки відсутній комплексний підхід до рішення проблем підприємства, рішення проблеми "розтаскується" по службах/підрозділам). У цьому зв'язку на підприємствах необхідно формалізувати управлінські процедури, щоб уникнути всього перерахованого вище, а також піти від неформалізованих (відсутність ясних, регламентованих критеріїв) методів прийняття рішень (наприклад, по черговості відпускання товару клієнтам), з огляду на наступні принципи [3]:

1. Повноваження обмежені планами, процедурами, правилами й усними розпорядженнями керівників, а також факторами зовнішнього середовища, наприклад, законами й культурними традиціями й нормами.

2. Число працівників, що підкоряються безпосередньо керівникам, становить його норму керованості. Якщо норма керованості не буде відповідним чином обмежена, виникнуть плутанина й перевантаження керівника.

3. Делегування повноважень буде неефективним, якщо не виконується принцип відповідності, відповідно до якого об'єм повноважень повинен відповісти делегованій відповідальності. Крім того, делегування повноважень повинне підкріплюватися системою стимулювання.

4. Визначення діапазонів компетенцій й відповідальності досягається за рахунок опису робочих місць, у яке входить:

- ціль посади, визначення якої означає з'ясування необхідності цієї посади для підприємства;

- задачі, які закріплюються за посадою;
- повноваження, які делегуються співробітникам, щоб він мав можливість виконувати свої задачі;
- відповідальність, що випливає з поставлених задач і відповідних повноважень.

Таким чином, трансформація системи управління стає нагальною потребою для вітчизняних підприємств, що має на увазі: організацію процесу стратегічного управління на всьому підприємстві, організацію й формалізацію процесу управління; введення нових управлінських процедур, наприклад, розробки стратегічних планів при участі всіх управлінських рівнів; розробку чітких механізмів оцінки й контролю за їхнім виконанням і ін.

У центрі системи планування на підприємствах як і раніше залишається виробництво. Саме виробничі можливості є відправною точкою для побудови всієї системи планів на підприємстві: план виробництва, бюджет продажів, графік поставок і ін. Іншими словами, підприємство працює в рамках так званої збутової концепції, коли "спочатку розробляється й виробляється товар, а потім ідуть активні пошуки його споживачів і методів інтенсивного збуту".

У цих умовах більшість підприємств реалізує стратегію вдосконалювання виробництва, в основі якої лежить ідея, що "споживачі будуть доброзичливі до товарів, які широко поширені й доступні за ціною, а отже, керівництво повинне зосередити свої зусилля на вдосконалюванні виробництва й ефективності системи розподілу". Ця концепція маркетингу застосовна у двох ситуаціях: коли попит перевищує пропозицію (вишукуються способи збільшення обсягів виробництва) і коли собівартість товару занадто висока і її необхідно знижити (потребне підвищення продуктивності). Однак така стратегія швидко вичерпує свої можливості в умовах висококонкурентного й динамічного ринку, що розвивається. Такий ринок вимагає швидкої реакції підприємства (у тому числі виробничої служби) на всі зміни, що відбуваються.

Особливості прояву ефективності розвитку системи менеджменту в сферах виробництва і споживання товару потребують застосування різних методик розрахунку економічного ефекту при уніфікованих принципах підходу до самих розрахунків. До принципів економічного обґрунтування заходів в області менеджменту відносяться:

- урахування фактора часу при визначенні витрат і результатів із використанням коефіцієнта дисконтування;
- урахування витрат і результатів за життєвий цикл товару починаючи з маркетингу і закінчуючи утилізацією після використання;
- застосування до розрахунку системного, комплексного й інших наукових підходів до менеджменту;
- забезпечення порівнянності варіантів по обсягу, термінам, якості, методам одержання вихідної інформації, умовам застосування (використання) варіантів розрахунку (об'єкта);
- забезпечення багатоваріантності (не менше трьох) управлінських рішень. До виконання (упровадження) приймається варіант, що якісно виконує необхідні споживчі функції з мінімальними витратами за життєвий цикл об'єкта.

1. Красностанова Н.Е., Макаров П.С. Стратегический анализ и оценка конкурентоспособности промышленного производства // Финансовая консультация – 2001. – № 21-22 (211-212). – С. 55-58.
2. Саєченко І. Система управління підприємством як фактор підвищення його конкурентоспособності // Менеджмент сьогодні. – 2003. – № 4. – С. 21-29.
3. Фатхутдинов Р. Менеджмент як інструмент досягнення конкурентоспособності // Вопросы экономики. – 1997. – № 5. – С. 118-127.
4. Фатхутдинов Р. Інноваційний менеджмент. Учебник для вузів – М., 1998.

Надійшла до редколегії 03.11.05

## ВИКЛИКИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІОЛОГІЧНА ЕКОНОМІКА

В статті проаналізовано негативні фактори, породжені сучасними процесами глобалізації, які стоять на шляху сталого розвитку людства. Запропоновано інформаціологічну модель економіки, застосування якої дасть змогу недопустити перерстання існуючих загроз у планетарну катастрофу.

*In article is analysed the negative factors caused by modern processes of globalisation, which stand on ways of steady development of mankind. It is offered informatiologich model of economy, which application will enable to not admit development of existing threats into planetary accident.*

Не можна бачити в глобалізації лише один позитив та благо для людства. Насправді, глобалізація несе також велику кількість викликів та загроз як для людства, так і природного середовища. Глобальна економіка по суті нічого не змінила, навпаки, прискорила переростання загроз у небезпеку, в першу чергу, екологічну. І ті індустриально розвинені країни, які стали авторами її створення, приховуючи масштаби загроз, підштовхують людство до прірви, забираючи у нього надію, час, життєвий простір. І те, що шкідливі виробництва розвинені країни переносять до країн, що розвиваються, проблему не вирішує, а ускладнює. Насправді це самообман і безглуздя.

Освоєння просторово-ресурсного потенціалу планети, практичне вичерпання певних видів природних ресурсів, настільки змінили середовище проживання людини, що екологічний дисбаланс за прогнозом експертів уже не відвернути. Замість того, щоб людству сконцентрувати зусилля щодо недопущення природної катастрофи, світ став ще більш жорстким та небезпечним.

Враховуючи швидке економічне зростання і появу нових ядерних держав, у ряді регіонів світу виник ризик світових війн і війни глобальної. До рівня глобальних загроз для людства за своїми маштабами наблизився міжнародний тероризм. Подібні загрози стосуються усіх сфер життя соціуму, що свідчить про очевидний катастрофізм сучасного розвитку людства. Він впливає на логіку розвитку, як самого соціуму, так і різних режимів, систем, країн, інститутів та ін., на моделі поведінки тих, хто контролює найбільш цінні ресурси і приймає стратегічні рішення.

Глобалізація та інтернаціоналізація, прозорість кордонів створили першу сприятливу основу для глобалізації і криміналізації суспільств. Глобалізація збільшила можливості уникнення покарання, створила кращі можливості для торгівлі наркотиками, людськими органами, дітьми та жінками. Всього того, що називають Великою кримінальною революцією.

Глобалізація врегулювала, оформила рамками права, причому у всесвітньому масштабі, значні аспекти людської діяльності. Бажання правлячих еліт обійти закони, безумовно виводить їх на кримінальний світ. І кримінал отримує союзників у всіх ешелонах влади. Глобалізація збільшує можливість швидкого розповсюдження епідемій – від грипу до СНІДу [1].

Дане твердження розділяє багато вчених, адже масштаби бідності ростуть не лише у країнах, що розвиваються, але і у розвинених країнах. Схоже, що розвинені країни платять за глобалізацію економіки посиленням соціальної нерівності і підвищеннем рівня безробіття, результатами "відкритого росту" користуються багаті прошарки населення і прибуткові підприємства, які все більше віддаляються від основної маси людей. Населення, яке бідніє, не має іншого вибору, окрім розвитку "економіки виживання", що пов'язана із розширенням організованого криміналу і посиленням панування мафії. І не лише країни, що розвиваються є джерелом цих загроз, причина криється значно глибше, у тому числі в деструктивній політиці подвійних стандартів які проводять уряди розвинених країн світу.

Незважаючи на високі результати, досягнуті внаслідок науково-технічної революції, людство відстало у своєму духовному розвитку. Проблеми вирішуються силовими методами. На початку ХІІІ ст. у світі відбувається понад 50 воєнних конфліктів, які забирають людські життя, спричиняючи біль і страждання людству. Існує колosalний розрив між розвиненими країнами і країнами, що розвиваються. Однією з найбільш вражаючих цифр є концентрація багатства в руках найбагатших індивідуумів. Період експансії неолібералізму визначився різким зростанням цієї поляризації. Стан двохсот найбагатших людей світу перевищує трьохрічні доходи мільярдів бідніших громадян Землі. При цьому за останні 20 років ХІІІ ст. темпи росту ВВП на душу населення в країнах з низьким доходом (крім Індії та Китаю – країн, що обрали самостійно траекторію розвитку у сучасному глобальному світі) були від'ємними (від -0,5 % до -1 %), тоді як в багатьох країнах вони в середньому перевищували 2 %. Глобалізація сприяє посиленню концентрацію багатства в руках невеликої групи індивідів, корпорацій, держав. За якихось 4 роки (з 1994 до 1998) загальний стан 200 найбагатших людей планети (60 % з них – мешканці Північної Америки і Європи) збільшився більш ніж вдвічі – з 440 млрд доларів до більше 1 трлн доларів. Вартість активів трьох супербагатів перевищила ВВП 48 найменш розвинутих держав з населенням 600 млн чоловік. Водночас 1,2 млрд чоловік живуть на дохід менше 1 долара в день, причому їх кількість залишається практично незмінною з 1987 року [2].

Незважаючи на те, що долар США продовжує бути еталонною світовою валютою, реально виникає перекіс, який порушує стійкість світової фінансової системи. Насамперед це викликано великою невідповідністю між реальним ВВП і наявною грошовою масою. Ризик посилюється ще й тим, що за останні 50 років резерви підкріплення національної валюти США впали на найнижчий показник – до 1,5 %. Лише у США ринок деривативів становить 125 трлн доларів США (практично 10 річних ВВП) [3].

У другій половині ХІІІ ст. змінилася структура світової економіки: на світову арену вийшли три принципово нових економічних моделі, але базовою основою кожної з них є інформація. Лавиноподібна зміна подій мінливого світу призвела не лише до швидкої еволюційної зміни однієї моделі на іншу, більш досконалу, а поставила людство на межі двох тисячоліть перед вибором подальшого існування, провела візуальну межу між життям і смертю людської цивілізації.

Перша модель – "інформаційна економіка", 1960 рік, автор – Н.Ф. Реймерс. Значний вклад у розвиток даної моделі економіки внесли Ф. Махлуп (1962) і М. Порат (1977).

Друга модель – "інформаціональна економіка", 1996 рік, автор – М. Кастьельс.

Третя модель – "інформаціологічна економіка", 2000 рік, автор – В. Мунтіян.

Поняття "інформаційна економіка" було введено в науковий обіг ще на початку 60-х років минулого століття. Воно стало фактично загальнозвінаним по відношенню до реальності, що склалася у західному світі. Це новий "спосіб розвитку", який прийшов на зміну індустріальному

і послужив основою створення "інформаційного суспільства". Фундаментальним принципом інформаційної економіки є технологічний детермінізм.

Поняття "інформаціональна економіка" (*informational economics*) було вперше введено в науковий обіг у 1996 році Мануелем Кастельсом. Хоча до нього значний вклад у розвиток даного наукового напряму внесли праці таких вчених, як Роберта Рейха (1991) та Пітера Дракера (1993). Базою інформаціональної економіки послужило виникнення нового способу розвитку – інформаціоналізму, що сформувався під впливом перебудови капіталістичного способу виробництва до кінця ХХ ст.

У чому ж різниця між "інформаційною економікою" та "інформаціональною економікою"? Як стверджує М. Кастельс, "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 обробці інформації. Однак специфічним для інформаціонального способу розвитку є вплив знання на саме знання як головне джерело продуктивності" [4].

"Отже, інформаціональна – оскільки продуктивність і конкурентоспроможність факторів або агентів у цій економіці (фірма, регіон або наукова установа) залежать насамперед 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, інформаціональна і глобальна – тому що в нових історичних умовах досягнення певного рівня продуктивності та існування конкуренції можливі лише всередині глобальної взаємопов'язаної мережі" [5].

Поки ще інтернаціональна економіка в цілому не глобальна – вона йде по шляху глобалізації. Значна частина ВВП і зайнятість продовжують залежати від активності внутрішньої економіки, а не від глобального ринку. Але лідеруючі галузі утворюють сектори глобальної економіки без кордонів (фінанси, телекомунікації, засоби масової інформації). Інформаціональна економіка формується не тільки під впливом такого мотиваційного стимулу для фірм, як доходність, але й під впливом політичних інтересів, які заохочують конкуренцію у цих економіках, що підтримує фірми.

Двадцяте століття стало свідком драматичних змін двох ключових чинників, що визначають фізичну реальність наших взаємостосунків з Землею: несподіваний і разючий приріст населення на земній кулі, що за кожні десять років дорівнює кількості жителів Китаю, і також раптове прискорення наукової та технологічної революції, що зробила можливим неймовірне зростання нашої сили у впливі на довколишній світ за допомогою спалювання, вирубування, видобування, переміщення і перетворення фізичних складових Землі [6].

У своїй праці "Третя світова війна уже почалась" французький економіст і філософ Енгельхард Ф. стверджує, що "третя світова війна уже почалась, а ми про неї або не знаємо, або прагнемо її ігнорувати. Людство змушене вести війну з бідністю, яка зможе "поглинуть" не тільки Південь, але й Північ.

Такі явища як економічна мафія, тероризм, екстремізм розповсюджуються по всій планеті все ширше. Ці

явища не властиві бідності як такій, проте в умовах її розширення вони "розмножуються як черв'яки в гною" [7].

Як стверджує далі автор, масштаби бідності ростуть не лише у країнах, що розвиваються, але і у розвинених країнах. Схоже, що розвинені країни платять за глобалізацію економіки посиленням соціальної нерівності і підвищеннем рівня безробіття, результатами "відкритого росту" користуються багаті прошарки населення і прибуткові підприємства, які все більше віддаляються від основної маси людей. Населення, яке бідніє, не має іншого вибору, окрім розвитку "економіки виживання", що пов'язана із розширенням організованого криміналу і посиленням панування мафії.

Економічні та екологічні системи володіють змінними структурами, тобто структурами рухливими, які формуються відповідно до умов функціонування.

Найбільшнебезпечними глобальними загрозами людства являються:

1. Порушення інформаційно – енергетичного балансу Землі.
2. Зменшення озонового шару.
3. Парниковий ефект.
4. Проблема прісної води.
5. Супертоксиканти.

Якої ж схеми поведінки повинні дотримуватись країни, що розвиваються, виходячи з можливих варіантів світового перетворення, і які обрати орієнтири на основі всесвітніх глобальних потоків та процесів в економічній діяльності?

На наше переконання, слід запропонувати світові зовсім нову економіку, яка б виступила новою генеруючою силою світової господарської системи і врятувала людство від глобальної кризи, не допустивши смертельної сутинки постіндустріалізму та неоекономічної моделі. Це шлях до балансу високого духовного рівня, матеріального добробуту та розвитку людства в цілому. Такою економікою повинна наше переконання має стати інформаціологічна економіка.

Наука – основний генератор необхідної сучасному суспільству інформації, оскільки вона відпочатку займається пізнанням природи, суспільства, людини і робить результати цього пізнання доступними для суспільства. Вона створює інтелектуальний продукт, який суспільство в подальшому активно використовує, змінюючи світ навколо себе.

Відомо, що економічна наука – це наука про господарство, управління ним, відносини людей з навколошнім світом у процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних і нематеріальних благ. На сучасному етапі економічна наука зайдла у глухий кут, адже вона не може дати відповідь на проблеми сьогодення, не кажучи вже про майбутнє. Тому економіці потрібна допомога, її під силу лише інформації.

Критично усвідомлюючи реалії сьогодення та наслідки майбутніх тенденцій, виникла нагальна потреба у якнайшвидшому створенні нової науково обґрунтованої та практично реальної економічної теорії, адже без її появи ми не зможемо забезпечити реалізацію задумів, пов'язаних із порятунком і збереженням людства.

Формула новизни "інформаціологічної економіки" як наукового напряму полягає в тому, що вперше до економіки застосовано інформаціологічний підхід, як фундаментальний принцип основи Всесвіту.

Це пізнання економічних процесів, атрибутів, взаємовідносин, взаємозв'язків, взаємодії моделей і систем через єдину інформаціогенну основу природи та суспільства, процесів інформаціогенезису Всесвіту.

"Інформаціологічна економіка" нічого не підганяє, нічого не узаконює. Вона пропонує нову економічну

модель людству лише після розшифровки чергового коду Всесвіту. Розшифровка коду – є наріжним каменем даного наукового напряму.

Суть та принципи "інформаціологічної економіки", а також приклади практичного їх застосування, тобто, як оптимально вирішити проблеми економічної безпеки, доступно викладені у монографії автора "Informatiology and Economic Security" (2001).

Сьогодні потрібна нова модель, побудована на новій філософії та нових підходах. Сучасна економічна наука не може відповісти на багато питань, що постають як на регіональному, так і на глобальному рівнях. Не може вона також дати теоретичну базу для створення нових економічних систем розвитку людства. Потрібна міжнаукова інтеграція, оскільки виникає вимога інтеграції локальних процесів дослідження в єдиний міжсистемний процес, а часткових систем знань про об'єкт дослідження – в узагальнену систему знань. Інтеграція прикладних наук зумовлює необхідність у загальній міжнауковій інтеграції. Для інтеграції безлічі наук в одне системне утворення необхідна загальна наукова основа, ѹ інформаціологія – її передпochаток.

"Інформаціологічна економіка", базуючись на єдиному інформаціологічному підході, дає можливість зовсім на інших інформаціологічних принципах організовувати процеси господарювання. Ми повинні не підпорядковувати світ своїй владі, а навчитися жити у ньому, підкоряючись єдиним законам Всесвіту, пізнаючи, наочуючись слухати ритм його єдиного інформаційно-стільникового простору.

Стратегічна мета інформаціологічного підходу в економіці полягає не так у вивченні й дослідженні економічних процесів, атрибутів, взаємовідносин, взаємодій, як у побудові принципово нової інформаціогенної економічної системи, що самоорганізується і самоналагоджується відповідно до єдиного локально-розподіленого інформаційно-стільникового простору Всесвіту. Цією умовою буде гарантуватися безпека економічної системи, ѹї стійкість й адаптація до планетарного та космічних середовищ і сфер через пульсаційне розкодування інформаціолопічної матриці. Тобто, входження економічної системи у будь-які середовища можливе тільки на величину їх розкодування.

Хоч економіка ХХ сторіччя довела людству обмеженість і вичерпність природних ресурсів, людство не зробило правильних висновків і продовжує нарощувати обсяги споживання, не даючи ані можливості, ані часу екосфері для відновлення. Ці негативні тенденції, породжені людиною через створену нею економічну систему, утворили загрозу співіснуванню біосфери із самим людством. Тому, саме інформаціологічна економіка повинна стати основою гармонійного розвитку світової спільноти.

Інформаціологія повинна підготувати саме суспільство до нових форм розвитку і господарювання, постійно підвищуючи духовність, моральність, відповідальність людини за свої дії. Цим формам надається пріоритет, (неважаючи на такі важливі економічні показники, якими ми користуємося сьогодні, – підвищення продуктивності праці та рівня життя населення) з метою переходу до нової соціально-економічної формациї – інформаційно-стільникового співтовариства.

На нашу думку, суспільство повинно мати не тільки свободу, але й відповідальність перед законами Всесвіту.

Дотримання цієї умови є дуже важливим доленосним моментом для розвитку людства. Справа у тому, що інформаціологія – це зовсім нові супермікро – та макротехнології в усіх сферах діяльності, це науково-

революційний прорив в інформаційне майбутнє всього людства і трансцендентні світи. Інформаціологія забезпечує перехід до такого духовного, біологічного та технічного розвитку, який, у свою чергу, може створити основу небувалих можливостей для добра і зла. Тому, на наш погляд, незважаючи на те, що інформаціологія здійснює вплив на всі сторони життя, пріоритет повинен бути наданий двом паралельним потокам. Перший – духовний розвиток людства, другий – створення інформаціогенних моделей економіки. Перший повинен перервати хибний зв'язок, відповідно до якого людина сама є джерелом своїх бід; другий потік створює реальні моделі, механізми, системи, що виключають можливість використання безвідповідальними, ненадійними, небезпечно ексцентричними людьми інформаціології в антигуманних цілях. Ми вже сьогодні маємо безліч прикладів, коли у країнах, які просунулись у напрямку створення інформаційно-стільникового суспільства, повинна була б підвищитися гуманність, але цього не сталося. Прикладом цьому є недавні події в Югославії, де високоточна, т.зв. "гуманна" зброя створювала віртуальну реальність, перетворюючи людське горе у комп'ютерну гру.

Другий приклад: із заміною грошей електронними картками, скороченням кількості грошових банків, переходом на "Інтернет-магазин" повинна була зменшитись кількість крадіжок та інших негативних явищ, але цього поки не сталося.

Навпаки, з'явився новий вид війни – інформаційна, яка ведеться потай вдень і вночі й може у будь-який момент цілі країни і народи приреагувати на бідність та жалюгідне існування.

Сьогодні ми стали свідками фінансових воєн, коли фінансові системи одних країн або цілих союзів таранять інші, що чітко продемонструвала фінансова криза країн Тихо-Азіатського регіону 1997-1998 року. На наш погляд, не вирішивши проблеми безпеки економіки, ми не зможемо вирішити проблеми екологічної, продовольчої, енергетичної і цілого ряду інших систем безпеки, ліквідувати бідність та неписьменність, забезпечити мир на планеті. В інформаціологічній економіці глобальним ресурсом буде не нафта, газ, вугілля, руда, фінанси, а інформація. Первінною фазою функціонування інформаціологічної економіки та створення моделей інформаціогенної економіки саморозвитку є розшифровка інформаційно-кодових структур відносин, що детермінують матеріалізацію і дематеріалізацію у мікроскопі макроструктурах природи.

Таким чином, ні "інформаційна економіка", ні "інформаціональна економіка" неспроможні, як на теоретичному так і на практичному рівні вирішити проблему нейтралізації загроз, які спроможні спричинити планетарну катастрофу. Тому, саме "інформаціологічна економіка" – науковий продукт українських вчених – дає можливість не лише нейтралізувати глобальні загрози, а пропонує людству нову модель розвитку – модель гармонійного співіснування людини і природи.

1. Бузгалін А.В., Колганов А.И. Глобальный капитал. – М., 2004.
2. Гор А. Земля у рівновазі. Екологія і людський дух. – К., 2001. – С. 39.
3. Кастьельє М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкарлатана. – М., 2000.
4. Кобяков А.Б., Хазін М.Л. Закат империи доллара и конец "Рах Амеріка". – М., 2003. 5. Мунтіян В.І. Основи теорії інформаціогенної моделі економіки. – К., 2004. 6. Полов Г.Х. Проблемы постиндустриальной глобализации // Научные труды международного союза экономистов и вольного економического общества России. – М., СПб, 2002. – Т. 10. – С. 21. 7. Engelhard Ph. La Troisième Guerre Mondiale est commencée. – Р., 1997. – Р. 14.

Надійшла до редакції 07.11.05

## ТОРГІВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО МІЖ КИТАЄМ І УКРАЇНОЮ

В статті розглядаються проблеми торгівельно-економічного співробітництва між Китаем і Україною.

*The article is devoted to the problems of trade and economic cooperation between China and Ukraine.*

По мірі поглиблення та розвитку глобалізації міжнародної економіки стають дуже важливими такі фактори, як проведення обміну досвідом, закріплення взаємопорозуміння між різними країнами, різними народами, різними культурами. Для сприяння розвитку країни необхідно спільними зусиллями створити світ з вічним миром, загальним процвітанням та гармонійним суспільством, закріпляти взаємне порозуміння та взаємодовіру між народами всього світу.

З моменту проведення політики реформ та відкритості, протягом 27 років, Китай міцно тримає в центрі уваги економічний розвиток, безперервно удосконалює економічні реформи по принципу ринкової економіки та проводить політику загальносторонньої зовнішньої відкритості з усіх напрямків. Швидкий темп економічного і соціального розвитку Китаю привертає увагу мирової спільноти. Я впевнений, що українські підприємці також приділяють велику увагу подальшим успіхам розвитку Китаю.

Китай вибрав та наполегливо дотримується мирного розвитку, відкритості та співробітництва. Шляхом досягнення миру в усьому світі Китай сприяє розвитку своєї країни. Опираючись на власний розвиток ця країна сприяє створенню благополучного світового економічного оточення. На основі рівності та взаємовигоди, Китай проводить обмін і співробітництво з усіма країнами світу та до кладає багато зусиль для отримання загального успіху.

Необхідно відмітити, що розвиток Китаю сприятиме розширенню ринку в усьому світі. Після вступу Китаю до СОТ (Світова організація торгівлі) з 2001 року по вересень 2005 року Китай імпортував продукції на суму 1 трильйон 769 мільярдів доларів США, в перспективі цей об'єм буде безперервно зростати кожен рік і в 2010 році об'єм імпорту Китаю за рік перевищить 1 трильйон доларів США (Сполучені Штати Америки). Для зрівняння можу привести такі цифри: в 1978 році, коли почалася здійснювання політика відкритості і реформи, об'єм торгівлі Китаю складав 20 мільярдів 800 мільйонів доларів США, а в 2005 році експорт-імпорт збільшився до 1 трильйона 400 мільярдів доларів США. Завдяки науково-технічному розвитку виробництва Китай збільшує продуктивність та покращує якість продукції, одночасно з цим знижує собівартість товарів. Ми принесли і будемо приносити споживачам всіх країн якісну китайську продукцію з конкурентноспроможною ціною. На сьогоднішній день, крім розвитку традиційної експортної продукції – товари легкої промисловості, текстильної продукції, Китай безперервно покращує номенклатуру експорту. Комплексне обладнання, електропобутова техніка та автомобілі вже стали приоритетними напрямками експорту Китаю, який в останні роки складає 55 % від загального об'єму експорту Китаю.

На даний час, хоча, по загальній сумі ВВП (Валовий внутрішній продукт) Китай знаходиться в перших рядах усього світу, але на душу населення ВВП все ще знаходиться на сотому місці. В процесі розвитку Китаю належить вирішувати багато протиріч і проблем. Завдяки широкомасштабному будівництву в деяких великих містах Китаю таких, як Пекін, Шанхай, Гуанчжоу відбулися значні зміни. Але водночас на заході Китаю та в деяких селищах помічається нерівномірний розвиток. Хоча, за останні 20 років Китай покращив життєві умови населення і 120 мільйонів чоловік з рівня бідності перейшли до

середнього рівня проживання. Проте зараз в містах більш ніж 21 мільйон населення проживає на мінімальному прожитковому рівні, а в селищах більш ніж 26 мільйонів чоловік знаходяться на рівні бідності. В наступному п'ятирічні Китаю необхідно вирішувати проблему щорічного працевлаштування 24 мільйонам чоловік. Крім цього на території Китаю проживає близько 60 мільйонів інвалідів, яким необхідна допомога і турбота. Всі ці факти вказують на гостру необхідність покращення рівня життя населення та прискорення соціального розвитку в цілому. Для досягнення економічного рівня розвинутої країни Китай повинен прикласти великі зусилля.

На даному етапі китайський народ докладає багато зусиль для розвитку суспільства із середнім заможним рівнем життя. В 2004 році об'єм ВВП на одну душу населення у Китаї складає 1 тисячу доларів США. Планується до 2020 року в порівнянні з 2000 роком збільшити об'єм ВВП в 4 рази та досягнути 4 трильйонів доларів США (на одну душу населення 3 тисячі доларів США).

Китай проявляє ініціативу в проведенні активного міжнародного співробітництва, просуває створення ліберальних і благо присмінних умов для торгівлі та інвестування, бореться за знищенння різноманітних торгівельних бар'єрів, виступає за подальше відкриття внутрішнього ринку та скасування обмежень технічного експорту. На цій основі необхідне створення відкритої, справедливої, раціональної, прозорої і без дискримінаційної багатосторонньої міжнародної торгівельної системи.

Китай і Україну зв'язують традиційні дружні відносини. В економіці обох країн існує велика взаємодоповненість. По нашій статистиці в останні роки темпи торгівельно-економічного співробітництва збільшуються динамічно. Під час моєї роботи в Україні об'єм товарообороту, який в 2000 році складав 590 мільйонів доларів США значно збільшився і на сьогоднішній день складає 3 мільярди доларів США. Сфери і форми співробітництва обох країн розширяються і укріплюються. В процесі економічного розвитку України і Китаю існує багато аналогічних ситуацій і проблем, які потребують теоретичного дослідження і аналізу:

1. Наші обидві країни є країнами з плановою економікою, яка переходить в ринкову. По причині вибору різних методів результати виявилися також різними.

2. Як уряд проведе макроекономічне регулювання в процесі економічного розвитку.

3. Яку політику проводить уряд для розвитку та технічної модернізації в промисловості.

4. Яким чином залучати іноземні інвестиції і відкривати внутрішній ринок. (Наприкінці 2004 року у Китаї використані інвестиції складають більш ніж 600 мільярдів доларів США, за домовленостями ця сума складає більш ніж 1 трильйон доларів. За останні роки річний об'єм інвестицій досягнув 50-60 мільярдів доларів США.)

5. Як законодавством забезпечити та підтримувати нормальній розвиток економіки.

6. Якими методами надавати допомогу і підтримку для розвитку малого та середнього підприємства.

7. Як забезпечити розвиток підприємств різних форм власності.

8. Яким чином, при умові розвитку ринкової економіки можливо покращити і підвищити життєвий рівень населення, скорочуючи при цьому різницю між багати-

ми і бідними прошарками населення.

9. Просувати реформи в сфері фінансів, страхування, медицини і таке інше.

10. Підвищувати застосування науково-технічного прогресу для забезпечення стабільного розвитку сільського господарства та створити гармонійні відносини між містом і селищем.

11. Обмінюватися досвідом в створенні вільних економічних зон і таким чином просувати та сприяти розвитку економіки країни.

Ми впевнені, що спільні дослідження та обмін думками по вищезгаданим питанням на рівні уряду, експер-

тів, вчених, підприємств обох країн будуть сприяти здоровому розвитку економіки України та Китаю і просувати безперервне підвищення рівня торгівельно-економічне співробітництво наших країн.

Для забезпечення міцного миру та спільногопроцвітання необхідне тісне міжнародне співробітництво та неустанні зусилля урядів обох країн. Китайський народ готовий активізувати різноманітне співробітництво з Україною для створення мирного, процвітаючого, гармонійного міжнародного торгівельно-економічного порядку.

Надійшла до редколегії 15.11.05

Р. Пікус, канд. екон. наук

## МІЖНАРОДНА ПРАКТИКА ОЦІНКИ НАДІЙНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

**В статті досліджено існуючу практику оцінки надійності учасників страхового ринку в розвинених ринкових країнах, визначені напримки можливості адаптації підходів зарубіжних рейтингових агенцій до умов вітчизняного страхування.**

*The article is devoted to the research of current practice of insurance market participants' liability assessment in developed market economies. Some ways of adapting foreign rating agencies' approaches to Ukrainian insurance market conditions are defined.*

Ключові слова: страховий ринок, страховик, надійність (фінансова стійкість) страховика, страховий ризик, платоспроможність страховика, рейтинг страхових компаній.

Глобалізація світового господарства, уніфікація національних економік на засадах СОТ потребують від України утвердження її як вагомої європейської держави. Світовий досвід свідчить, що участь країни в інтеграційних процесах є результатом тривалого історичного розвитку національної економіки та світового господарства. До того ж формування страхового ринку відкритого типу, що має велике значення для економіки будь-якої країни, дуже складний процес. Фактично, це вибір стратегічного шляху розвитку імунної системи економіки, який об'єктивно визначає необхідність створення повноцінної системи рейтингової оцінки учасників страхового ринку.

Фінансова стійкість найважливішою характеристикою страхових компаній, оскільки виконання ролі "фінансового гаранта" є можливим лише за умов, що страхові компанії є потужною, міцною і фінансово стійкою.

На основі оцінки фінансової стійкості західні спеціалізовані рейтингові агентства A.M.Best Go, Standard&Poor's, Duff&Pheips, Moody's Investor Service Inc., Weiss Research Inc. та інш. складають відповідні рейтинги, забезпечуючи страховальників, страхових посередників, інвесторів, акціонерів кваліфікованою і неупередженою інформацією.

Від результатів їх досліджень і обчислених рейтингів залежать долі не тільки окремих фірм, але й цілих держав. Досвід цих агенцій в рейтингуванні страхових компаній є безцінним, однак існує суттєва проблема їх практичного використання в вітчизняній практиці. В той же час динамічний розвиток страхового ринку України актуалізує проблему отримання адекватної рейтингової оцінки учасників ринку.

Незважаючи на велику кількість відмінностей, всі методики, що використовуються в світовій практиці рейтингування страхових компаній, мають спільну структуру. По-перше, в якості основних характеристик ефективності діяльності страхових компаній, в них використовується платоспроможність і фінансова стійкість. При цьому під платоспроможністю розуміють здатність страхових компаній виконати відповідні зобов'язання перед клієнтами, виходячи з наявних у ній грошових засобів і активів, а під фінансовою стійкістю (надійністю) – здатність компанії зберігати існуючий у ній рівень платоспроможності протягом певного часу при можли-

вих несприятливих зовнішніх і внутрішніх впливах на її фінансові потоки. По-друге, в аналізі використовуються, як правило, не тільки форми фінансової звітності, що представляються компанією, а і експертні оцінки фахівців, отримані на основі аналізу багатьох факторів, в тому числі і таких, що слабо формалізуються.

Методики рейтингової оцінки компаній, що на сьогодні використовуються в Україні, мають вузькоспеціалізовану направленість. Як правило, вони розробляються аудиторськими фірмами і побудовані практично виключно на даних офіційної звітності і можуть слугувати лише для визначення сучасного стану платоспроможності компанії. Для страхових компаній такі методики адаптують шляхом нескладного доопрацювання стандартних співвідношень, що використовують в фінансовому аналізі діяльності підприємств, шляхом включення ряду додаткових спеціалізованих коефіцієнтів, які відображають особливості страхової діяльності, і створення єдиного кумулятивного показника.

Слід відмітити, що ні одна із запропонованих до тепер методик оцінки платоспроможності або надійності страхових компаній не може бути обрана для проведення повноцінної рейтингової оцінки діяльності страхових компаній. На сьогодні ні в Україні, ні в інших країнах пострадянського простору не відпрацьована система комплексного аналізу страхової діяльності компанії, яка мас в своїй основі різні, в тому числі і слабо формалізовані, фактори, що впливають на її фінансову стійкість.

В цьому контексті заслуговує на увагу досвід провідних західних рейтингових агенцій в виборі напрямків оцінки.

При вирішенні даної проблеми, насамперед, слід визначити, кому призначається рейтингова оцінка і яким чином запити даних груп осіб можна задовільнити.

Насамперед, в оцінці діяльності компаній зацікавлені їх менеджери, котрим необхідна детальна оцінка результатів управління і прогноз розвитку компанії, ефективність діяльності якої характеризується показниками виробничої діяльності, управління ресурсами та доходності.

Іншою групою споживачів даної інформації виступають засновники, котрих, насамперед, цікавить прибутковість страховика, стійкість його положення в майбутньому.

Третя група – кредитори, для яких ефективність діяльності позичальника визначається показниками ліквідності, фінансового лівереджа і обслуговування боргу.

І, нарешті, четверта група – споживачі рейтингової оцінки – страховальники, інтерес яких зосереджено на

можливості повного і своєчасного виконання своїх зобов'язань за працюючими полісами страхування.

До цієї групи доцільно віднести і державу, оскільки рейтингова оцінка діяльності страхових компаній повинна лежати в основі вибору уповноважених або акредитованих компаній при проведенні конкурсів на участь в державних або муніципальних програмах.

Результатом застосування методології рейтингової оцінки до аналізу діяльності конкретної компанії повинно бути присвоєння їй певного рейтингового класу, який є за своїм змістом комплексною дискретною характеристикою її діяльності, що визначається всіма вище зазначеними групами осіб з різними інтересами і кваліфікаційним рівнем.

Необхідною умовою при опрацюванні рейтингу повинна бути комплексність методики, що передбачає дослідження множин факторів в рамках аналізу двох вище зазначених характеристик страхових компаній – її платоспроможності і фінансової стійкості на основі агрегування цих двох показників.

При відокремленні класів ранжування перевага повинна надаватися показникам фінансової стійкості, більш високий рівень якої означає, що компанія може зберігати існуючий рівень платоспроможності на протязі більш тривалого проміжку часу і при більш серйозних впливах, використовуючи для цього фінансовий, технологічний або управлінський потенціал.

В фінансовому аналізі, як правило, під показником платоспроможність компанії розглядається коефіцієнт, що розраховується як відношення її власних коштів до зобов'язань.

При здійсненні рейтингової оцінки платоспроможність компанії повинна розглядатися в більш широкому розумінні – як сукупність багатьох взаємопов'язаних показників.

З нашої точки зору платоспроможність є миттєвим показником діяльності страхових компаній, що характеризує її фінансовий стан і можливість виконувати зобов'язання безпосередньо в момент присвоєння рейтингу.

Його доцільно розраховувати на основі форм фінансової звітності за останній період, що аналізується. На етапі вибору коефіцієнтів важко прослідкувати зв'язок між різними показниками і за допомогою кореляційного аналізу виключити з набору коефіцієнтів, що розглядаються, всі взаємопов'язані.

В подальшому, всі фінансові коефіцієнти необхідно розбити на декілька функціональних груп, що характеризують різні сторони діяльності компаній.

Найбільш логічним є відокремлення наступних п'яти груп: "Активи", "Управління активами", "Страхові резерви", "Управління страховим портфелем", "Капітал", "Власні кошти". Внутрі кожної групи доцільно розглянути декілька коефіцієнтів.

Для отримання єдиного показника платоспроможності можна використати декілька способів.

В одному із способів використовується Z-рахунок Альтмана під яким розуміється лінійна регресія, що визначає залежність ймовірності банкрутства компанії від фінансових коефіцієнтів. При цьому вибір показників і розрахунок коефіцієнтів регресії здійснюється на основі статистичних даних за минулі роки або на основі експертних оцінок.

Другий спосіб базується на порівнянні результатів діяльності досліджуваної компанії з показниками інших компаній. Для цього по кожному показнику фінансового стану компанії здійснюється його порівняння з показником еталонної страхової компанії, що має найкращі показники за всіма показниками. При цьому в якості еталонів обираються або оптимальні величини серед показників, що розглядаються і об'єктів, що порівнюються.

В тих випадках, коли для коефіцієнта, що розглядається, не можна визначити точне оптимальне значення, а достовірними є твердження про негативний вплив на платоспроможність страховика як його надто великих так і надто малих значень, в якості еталона обирають середнє значення показника.

Даний підхід найкращим чином відповідає практиці ринкової конкуренції, коли діяльність конкретного суб'єкта представляє інтерес саме в порівнянні з діяльністю інших. Розрахунок узагальнюючого показника в рамках цього способу найбільш логічно здійснювати за модифікованим методом відстаней:

$$R = \sqrt{\sum k_i (F_i - F_{\text{етал}})^2},$$

де  $k_i$  – вагові коефіцієнти, що характеризують ступінь впливу співвідношень, що аналізуються, на платоспроможність компанії;  $F_i$  – конкретні значення показників досліджуваної страхової компанії;  $F_{\text{етал}}$  – відповідні цим показникам еталонні значення.

Показники фінансової стійкості слід розглядати з врахуванням імовірності підходу до діяльності страхових компаній. Створення повноцінного рейтингу неможливе без побудови стохастичної моделі діяльності страхових компаній, що показує залежність надійності від зовнішніх і внутрішніх впливів на фінансові потоки компанії. Такими впливами вважають ринкові коливання, що відбуваються на реальній вартості і ліквідності активів, коливання потоку вимог виплат страхових відшкодувань, управлінські дії тощо.

В рамках стохастичної моделі фінансова стійкість компанії – це ймовірність того, що випадковий процес, що описує часову динаміку платоспроможності страхових компаній в умовах зовнішніх і внутрішніх ризиків, на кінцевому цілком визначеному інтервалі не буде перетинати прийняті нижні граници допустимого рівня платоспроможності.

Допустимий нижній рівень, що задається в визначені фінансової стійкості, може встановлюватися як для платоспроможності, так і для її змін за рік:

$$F(t) = P(S(t+1) \geq s_1, \dots, S(t+n) \geq s_n)$$

або

$$F_s(t) = P(S(t+1) \geq s_1, \dots, S(t+n) \geq s_n)$$

де  $F(t)$  – фінансова стійкість в досліджуваний проміжок часу  $t$ ;  $S(t+i)$  – показник платоспроможності компанії через  $i$  розглянуті періоди.

Крім цього, встановлена межа може бути як постійно (всі  $s_i$  рівні), так і залежати від часу.

При цьому допустимо розглядати не неперервний показник платоспроможності, а дискретний, і, більше того, використовувати невелике, оптимальне з точки зору достовірності оцінки, число класів рейтингової оцінки. Природно, що тоді потрібно буде дещо змінити визначення фінансової стійкості в тому розумінні, що її слід тлумачити як ймовірність того, що за визначений проміжок часу у компанії не зміниться її клас платоспроможності (або погрішиться, але не більше ніж на визначене число класів).

Особливе значення має оцінка достовірності розрахунку фінансової стійкості компанії. Вона залежить від якості і повноти даних, глибини часового ряду, що використовується в статичному аналізі, а також періоду, на протязі якого споживачів інформації цікавить діяльність компанії, що рейтингується.

Надзвичайно складно оцінити життя рейтингу: з однієї сторони його розробники мають певний запит зі сторони споживачів, а з іншої – достовірність оцінки фінансової стійкості різко зменшується із збільшенням  $n$ .

Під глибиною ряду, що розглядається, розуміємо той період  $K$ , за який інформація про компанію має

принципове значення при оцінці її надійності. Позначимо через  $\Omega_t$  сукупність всієї інформації про діяльність страхової компанії і стан ринку в момент  $t$ . Тоді вираз для фінансової стійкості компанії за умови наших відомостей про ринок за  $k$  попередніх періодів більш можна записати за допомогою умовної ймовірності:

$$F_k(t) = P(\dots, \Omega_1, \Omega_2, \dots, \Omega_{t-k}).$$

Зменшення впливу інформації про компанію і ринок на фінансову стійкість з часом визначає існування такого  $k$ , що інформація за періоди, що передують періоду  $k$ , практично не змінюють значення фінансової стійкості і не покращують якість і достовірність рейтингової оцінки. Величину глибини часового ряду, що досліджується доцільно обирати як на основі статистичних, так і на основі експертних оцінок.

Основними проблемами при розробці методики рейтингування страховиків є безпосереднє задання основних параметрів випадкового процесу, визначення об'єму необхідної інформації і взаємозв'язків між показниками, що використовуються. Потрібно не тільки розрахувати показники і визначити ступінь їх впливу на платоспроможність і фінансову стійкість компанії, але і здійснити принциповий поділ цих показників на групи в залежності від способу їх пливу на рейтингову оцінку.

До першої групи показників відносяться вище розглянуті фінансово-економічні показники діяльності компанії. Ми володіємо найбільш структурованою інформацією про них за всі попередні періоди і на їх основі можемо розрахувати миттєвий показник ефективності діяльності компанії – платоспроможність.

Можливі зміни платоспроможності визначаються наявністю і величиною ризиків. На практиці найбільш зручно використовувати наступну класифікацію ризиків: ризики зовнішнього економічного і правового оточення, ризики страхової сфери в цілому, ризики самої компанії. У відповідності до даної класифікації ризиків здійснюється і класифікація показників, що впливають на фінансову стійкість, ще на три групи. Основною властивістю всіх цих показників є дуже слабка їх формалізованість, яка передбачає виникнення складностей при визначенні їх впливу на фінансову стійкість компанії.

В рамках першої групи необхідно оцінити вплив наступних факторів: політика, законодавче і нормативне регулювання, економічні фази і цикли, інфляційні тенденції, коливання валютного курсу, регулятори фінансового ринку.

До другої групи відносяться наступні фактори: рівень розвитку страхування, співвідношення залучених і вільних ресурсів, розвиненість інфраструктури, політична пропозиція на страхові продукти, їх динаміка, рівень оборотності ресурсів в страхуванні, взаємозалежність і взаємовплив страхування та інших галузей економіки, державне стимулування страхування.

Всі ці фактори впливають на страхову компанію, що рейтингується, як на суб'єкт ринку і є некерованими в рамках ризик-менеджменту конкретного страховика. В зв'язку з цим оцінки ризиків цих двох категорій можуть включатися в ітогову рейтингову оцінку або в опис стохастичного процесу, що характеризує зміни платоспроможності компанії, тільки в якості поправочних коефіцієнтів, загальних для всіх компаній, що працюють в даному сегменті страхового ринку.

Набір індивідуальних факторів, що визначають ризики страхової компанії, формується на основі експертних оцінок і наступного статистичного аналізу. Визначення наявної залежності між показниками, що характеризують стан і розвиток страхової компанії, і змінами платоспроможності здійснюється на основі даних по всьому страховому ринку за  $k$  попередніх періодів і "кризового аналізу", під яким розуміємо дослідження

залежності наслідків загальних для всього ринку випадків на діяльність страхових компаній від значень досліджуваних факторів. На основі цих же даних будується модель залежності фінансової стійкості компанії від факторів третьої групи.

Попередній набір факторів, що характеризують індивідуальні ризики компанії, виглядає наступним чином: розмір компанії, збалансованість страхового портфеля, розвиненість і стійкість клієнтської бази, інтеграція в страхову кооперацію, збалансованість фінансових потоків, інвестиційна політика, професійні якості керівництва і співробітників компанії, а також інтеграція в зовнішні структури.

Достовірна оцінка цих факторів можлива тільки при опрацюванні інформаційної бази страховика, що представляє комерційну таємницю.

При прогнозуванні коливань платоспроможності компанії в майбутньому існують деякі об'єктивні складності. Вони пов'язані з тим, що якщо, наприклад, статистичний аналіз двохрічної давності показав, що певна визначена структура страхового портфеля компанії або певні інвестиції впливають позитивно на платоспроможність, то це зовсім не означає, що наявність такої структури сьогодні буде впливати на неї так само.

Крім того, за абсолютною більшістю факторів не існує абсолютної значень, що показують як позитивний, так і негативний вплив, і навіть таке досить чітке поняття як збалансованість фінансових потоків, видається на практиці дуже відносним.

Отже, допустимим є тільки розгляд відносного впливу того чи іншого фактору на фінансову стійкість компанії. Порівняльний аналіз слід проводити по кожному фактору окремо, а порівняння здійснюється не з еталонною або кращою компанією, а по середньому показнику по всім компаніям або із загально ринковими тенденціями. На виході такого аналізу отримаємо одне із трьох чисел: -1, 1, 0, що означають відповідно, що даний фактор здійснює негативний, позитивний або нейтральний вплив на діяльність компанії. При цьому під нейтральністю слід розуміти лише те, що тенденції в розвитку компанії, обумовлені даним фактором, відповідали загально ринковим.

В результаті аналізу впливу всіх розглянутих факторів компанії надається індивідуальний ранговий вектор, кількість елементів якого відповідає кількості розглянутих факторів. Цей вектор є характеристикою індивідуального ризику компанії і визначає ймовірність змін платоспроможності в майбутні періоди.

На основі обрахованого поточного стану платоспроможності, її динаміки в минулому і значень індивідуального рангового вектора можна здійснити прогнозування змін платоспроможності компанії, що рейтингується, що дасть можливість визначити фінансову стійкість страхової компанії.

Отже, коректним є присвоєння страховій компанії певного рангу, що відповідає перспективам її розвитку. Відмова від абсолютнох характеристик надійності обумовлена використанням на більш ранніх етапах аналізу відносних характеристик діяльності компанії і рангових величин.

Вище зазначені методичні підходи можуть бути можуть бути використані державним регулятором в зв'язку з присвоєнням рейтингів надійності страховим компаніям в сфері регулювання страхової діяльності при визначені вимог до розміру резервів і власних коштів страхових компаній, а також вимог до якості перестрахувального захисту. Досвід роботи регулюючих органів на розвинених фінансових ринках свідчить про успішне використання рейтингової інформації для аналізу стану страхового ринку і окремих його суб'єктів. Що стосується окремих страхових компаній та їх зацікавленості щодо розвитку рейтингового бізнесу, то практично ніде в

світі даний бізнес не розвивається виключно під впливом ринку. Причина в тому, що усвідомлюючи корисність рейтингів для фінансової системи держави і бізнесу в цілому, кожна окрема страхова компанія об'єктивно не зацікавлена в рейтингу – це додаткові витрати, значний за обсягами масив комерційної інформації, який, в разі побудови рейтингу, слід зробити прозорим.

Разом з тим сучасний стан розвитку страхового ринку в Україні обумовлює об'єктивну по требу використанні зазначених методичних підходів, їх подальшому науковому опрацюванню. Оцінка реального ємкості українського ринку класичного страхування і перестрахування, долі кептивних страхових компаній, а також визначення об'ємів, структури і глибини "схемності" украї-

нського страхового ринку не можливі без досліджень в напрямку ранжування українських страховиків за обсягами і видами страхування, але з обов'язковим врахуванням обсягів використання ними в своїй діяльності "схемних" проектів.

1. Про страхування: Закон України / Урядовий кур'єр. – 1996.
2. Теория и практика страхования. – Амкил, 2003.
3. Базилевич В.Д., Базилевич К.С. Страхова справа – К., 2005.
4. Ковалев В.В. Фінансовий аналіз. – М., 1999.
5. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент. – М., 1996.
6. Орланюк-Малицкая Л.А. Платежеспособность страховых компаний. – М., 1994.
7. Осадець С.С. Проблеми впровадження в Україні європейських стандартів страхової діяльності // Проблеми економічної інтеграції України в Європейський Союз: теорія, практика. – Львів, 1996.

Надійшла до редколегії 11.11.05

О.І. Черняк, д-р екон.наук  
О.О. Клименко, асп.  
О.В. Урсуленко, студ.

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ КОМЕРЦІЙНОЇ НЕРУХОМОСТІ В УКРАЇНІ

*Дана стаття присвячена дослідженняю основних тенденцій розвитку ринку комерційної нерухомості на основі аналізу іноземної практики.*

*This article is devoted to research of the basic tendencies of development of the market of the commercial real estate on the basis of the analysis of foreign practice.*

Участь України в процесах глобалізації сильно впливає на стан української економіки і відповідно на розвиток певних її ланок. Раніше вважалося, що ринок нерухомості існує як незалежний сектор економики і функціонує за своїми законами. Тепер цей сектор розглядається як важливий чинник у розвитку інших секторів економіки і впливає на розвиток вітчизняних підприємств. Розвиток іпотечного кредитування, а також використання нерухомості як складової інвестиційного портфелю роблять ринок нерухомості впливовим фактором на розвиток всієї економіки. До того ж, цей сектор економіки відноситься до таких, де явно бракує інформації для визначення ринкової ціни об'єктів. Треба відзначити, що в високорозвинених країнах питанням, присвяченим ринку комерційної нерухомості, приділяється багато уваги і вони є об'єктом вивчення дослідників та спеціальних агентств, через те, що ці питання є критичними для фінансового сектору. В даному дослідженні за мету поставлено виявлення основних тенденцій розвитку вітчизняного ринку комерційної нерухомості на основі компаративного аналізу іноземної практики.

Україна є великою країною за площею порівняно з іншими країнами Європи і має значні запаси різних ресурсів, а також має вигідне стратегічне розташування на кордоні Європи та Азії. Цим пояснюється зацікавленість інших країн-сусідів у тісному співробітництві з Україною. У червні 2002 року в українському парламенті був заснований комітет з питань Європейської інтеграції, який має сприяти розвитку українсько-європейського співробітництва. В той же самий час, вище керівництво держави займалося розробкою питання про інтеграцію України до ЄС, що було протилежним до євроінтеграції напрямом розвитку. Цього року Україна оголосила про свій остаточний вибір: встти на шлях саме європейської інтеграції. Зі зміною влади в країні очікується прискорення економічних реформ. З 1998 року українська економіка має стабільний приріст ВВП та інших економічних показників. Все це має сприяти притоку іноземного капіталу до України. У 2004 році Україна отримала іноземних інвесторів менше ніж Болгарія, яка в свою чергу, значно менша ніж Україна, і в шість разів менше закордонних інвестицій, ніж Польща. За даними урядового порталу серед регіонів провідне місце за обсягами залучених іноземних інвестицій займає місто Київ, його частка складає тре-

тину від загального обсягу залучених іноземних інвестицій в Україну. Після вступу в 2004 році 10 нових країн до Європейського Союзу Україна тепер має спільні кордони з ЄС. Виходячи з цього можна зробити висновок, що Україна має великий потенціал у подальшому розвитку економіки за умов співпраці із Західною Європою.

Щоб спрогнозувати поведінку ринку комерційної нерухомості в Україні необхідно проаналізувати як загальносвітові тенденції, так і ситуації у певних країнах враховуючи їх соціально-економічні особливості [1]. Історично склалося, що український ринок нерухомості схожий на російський ринок, але з запізненням у декілька років. На шляху інтеграції до ЄС, така закономірність буде втрачатися і подальший розвиток буде визначатися переважно загальноєвропейськими тенденціями і все меншим впливом російської економіки. Тому більш доцільним є дослідження ситуації, що передбачає тісну співпрацю з ЄС та наступною інтеграцією в це об'єднання.

З 2004 року майже в усіх країнах світу спостерігається активізація на ринках нерухомості [2]. Це в першу чергу стосується столиць та інших потужних фінансово-промислових та адміністративних центрів. Ринки нерухомості є дуже диференційованими у регіонах та в окремих містах, до того ж вони характеризуються специфічністю, що пов'язана з національними особливостями. Різні райони характеризуються відмінностями в рівні економічної активності, що прямо впливає на ринок комерційної нерухомості.

Розглянемо ситуацію, що склалася на ринку комерційної нерухомості України. Останні позитивні тенденції в економіці покращують імідж України на міжнародній арені. Консалтингові агентства реєструють велику кількість клієнтів з-за кордону, які бажають більш детально ознайомитися з інвестиційними можливостями України. Зараз в Україні майже відсутні інвестиційні продажі. Основними девелоперами залишаються вітчизняні компанії. Масовий притік іноземних компаній уповільнюють проблеми з виділенням ділянок для проектів та інші затримки на різних етапах будівництва. Багато з іноземних інвесторів на своєму досвіді зіткнулися з такими проблемами, таких компаній як IKEA зупиняє широкомаштабне інвестування будівництва. Місцеві інвестори переважно займаються реконструкцією старих адміністративних та промислових будівель в місцях, де існують передумови для розвитку

комерційної нерухомості. Вже мали місце реконструкції таких приміщень в офісні та торговельні комплекси які відповідають поставленим вимогам при тому, що характеризуються не дорогою реконструкцією. На даному етапі розвитку вітчизняному ринку притаманні такі риси: по-перше, інвестиційний попит переважає пропозицію, по-друге, наявність дефіциту земельних ділянок для нових проектів, по-третє, існування проблеми з оформленням та затвердженням проектної документації. Основним фактором, що приваблює іноземних інвесторів залишається більш висока доходність порівняно з високорозвиненими країнами. Нажаль кількість угод з офісними приміщеннями недостатня для визначення їх доходності на ринку. Для Києва цей показник коливається від 13 % до 25 % [3].

**Таблиця 1. Доходність та орендні ставки на ринках офісних приміщень [3]**

країна	доходність приміщень класу А, %	орендні ставки за приміщення класу А, м <sup>2</sup> /місяць
Україна	13-25	31
Польща	7,5	21
Словачія	9-9,25	13
Румунія	10-11	16-20
Чехія	7,5-8	17-19
Угорщина	7,5	17

З даних таблиці 1 бачимо, що в Україні значно вищі ставки доходності ніж в країнах, що нещодавно вступили до ЄС. З приходом на вітчизняний ринок іноземних девелоперів доходність об'єктів комерційної нерухомості, зок-

рема офісних приміщень буде знижуватися до рівня країн Європейського Союзу. Інвестиційна привабливість об'єктів комерційної нерухомості цих країн для інвесторів передусім зумовлена такими факторами як більш дешева робоча сила, нові ринки збуту, більш високі доходності. Важливим моментом у західній практиці є проведення маркетингових досліджень для аналізу доцільності будівництва нових об'єктів, а також аналіз сучасного стану та перспектив розвитку ринку у довгостроковій перспективі ще на етапі створення концепції проекту. Для України при інвестуванні у комерційну нерухомість маркетингові дослідження проводяться переважно вже на етапі будівництва, більшість ризиків з прийняття невірних маркетингових рішень закладені у доходність до 25 %. Результатом часто буває так, що інвестор не має певної концепції об'єкту і відповідно його якість не відповідає специфічним вимогам. З загостренням конкуренції та зменшенням ставок доходності в Україні інвестори почнуть приділяти значно більше уваги етапу створення концепції об'єкту комерційної нерухомості на основі результатів проведених маркетингових досліджень.

Київ залишається лідером в Україні, як по загальній площі існуючих об'єктів, так і по кількості площ введених в експлуатацію. До того ж існують значні диспропорції в розвитку між столицею та іншими регіонами країни. За умов проведення правильної політики урядом та відповідним зменшенням таких диспропорцій інші міста становитимуть не менший інтерес для потенційних інвесторів. Важливим у цій ситуації не переоцінити можливості регіонів, які за рівнем соціально-економічного розвитку значно відстають від Києва, інакше проекти можуть стати не рентабельними.

**Таблиця 2. Ринок офісних приміщень м. Києва [3, 4]**

	2001	2002	2003	2004	2005*
загальна площа, м <sup>2</sup>	156153	173853	246658	342000	462000
введення в експлуатацію, м <sup>2</sup>	4200	17700	72805	95330	120000
орендні ставки за приміщення класу А, м <sup>2</sup> /місяць	25	27,5	23,5	28	31
незайняті площи, %	15	4	8	5	5

**Таблиця 3. Ринок офісних приміщень м. Варшави [3]**

	2001	2002	2003	2004	2005*
загальна площа, м <sup>2</sup>	1772668	1967677	2146136	2279791	2439791
введення в експлуатацію, м <sup>2</sup>	216362	195009	178459	156254	160000
орендні ставки за приміщення класу А, м <sup>2</sup> /місяць	27	25	23,5	22	21
незайняті площи, %	15,9	16,6	14,5	11,8	15,5

Як бачимо з таблиць 2-3, на кінець минулого року у Києві налічувалося всього 342 тисячі квадратних метрів офісних приміщень, що в абсолютному виразі більш ніж у 6,6 разів менше ніж у Варшаві. Дані свідчать про те, що ринок комерційної нерухомості України у порівнянні з польським є менш потужним, але водночас це відкриває ширші можливості його розвитку. Зростання попиту на об'єкти нерухомості зі сторони орендаторів в першу чергу покривається за рахунок зменшення норми незайнятих площ. Подальше розширення попиту, що підкріплено економічним зростанням, викликає в умовах стабільної пропозиції підвищення орендних ставок, і, відповідно, до зростання ставки доходності інвестицій у нерухомість. Це призводить до припливу капіталу в будівництво нових об'єктів комерційної нерухомості, що з часом збільшить пропозицію на цьому ринку. Інвестиції в будівництво продовжуються за умови, що вартість будівництва менша вартості такого об'єкту нерухомості. Введення в експлуатацію значної кількості нових об'єк-

тів неодмінно призведе до ситуації, коли пропозиція переважатиме попит, а це є причиною зменшення орендних платежів, зниження ставки доходності вкладання у нерухомість, а отже і зменшення вартості самих об'єктів нерухомості. Інвестування в будівництво об'єктів комерційної нерухомості в період їх високої доходності є, по суті, надлишковим інвестуванням, яке призводить до значного зростання обсягів пропозиції в наступний період, коли попит є набагато меншим за пропозицією. За цих умов припиняється інвестування на ринку нерухомості, а падіння орендних ставок є причиною збитків інвесторів. Отже, треба відмітити, що ринку нерухомості притаманні такі процеси: рівні орендні плати на ринку комерційної нерухомості мають стійку тенденцію до циклічності, неминуче циклічне надлишкове інвестування на ринку нерухомості, об'єкти комерційної нерухомості конкурують на ринку нерухомості за більш високу ставку орендної плати, а на ринку капіталу – за конкурентоздатну ставку доходності на інвестований капітал [5].

Життєвий цикл ринку комерційної нерухомості можна поділити на чотири етапи: пожавлення, ріст, насичення, спад. Етап пожавлення характеризується скороченням незайнятих площ, зниженням орендних ставок, відсутністю нового будівництва. Етап росту передбачає скорочення незайнятих площ майже до 0 %, високими темпами зростання орендних ставок та стрімким будівництвом нових об'єктів. Етап насичення характеризується збільшенням частки незайнятих площ, зниженням темпів росту орендних ставок та продовженням нового будівництва. Для етапу спаду характерним є зниження темпів зростання орендних ставок, завершення будівництва, збільшення частки незайнятих площ. Аналізуючи український ринок комерційної нерухомості у часі починаючи з 1996 року можна спостерігати циклічність. Починаючи з 2002 року вітчизняний ринок знаходиться на етапі росту, аналогічний, за визначеннями вище характерними ознаками, етап росту мав місце у період з 1996 по 1997 роки. За прогнозами різних консалтингових компаній етап росту на ринку комерційної нерухомості в Україні має закінчитися у 2005 році і початися новий етап насичення. Попередній етап насичення мав місце з 1997 по 1998 рік, після якого спостерігався етап спаду аж до 2001 року, коли почався етап пожавлення нового циклу розвитку ринку. В поточному циклі ринку комерційної нерухомості Київ знаходиться на піку етапу росту. Частка незайнятих площ постійно зменшується. В кращих офісних комплексах центра міста цей показник доходить до 1 %, що також пояснюється невеликою часткою приміщень класу А. Зараз заплановано велика кількість проектів по будівництву нових офісних приміщень різних форматів. Треба відзначити, що підприємства постійно підвищують вимоги до нових офісних приміщень, які важко задоволити на ринку комерційної нерухомості в Україні. За 2004 рік в Києві був введений в експлуатацію лише один офісний центр класу А загальною площею 6500 квадратних метрів. Частка професійних офісних площ складає в Києві всього 12 %. Клас В та В+ разом складають 77 % від загальної площи офісних приміщень. Нестача професійних офісних приміщень уповільнює процес залучення іноземних компаній на ринок в Україні. З української практики відомо, що багато проектів залишається на папері, через різні труднощі з оформленням та узгодженням необхідної документації. Внаслідок цього існують затримки при введенні в експлуатацію об'єктів. Враховуючи ділову активність в Україні та стрімке зростання попиту можна стверджувати, що ринок комерційної нерухомості зростатиме протягом декількох наступних років. Позитивними тенденціями є, по-перше, укладання угод оренди офісних приміщень ще на етапі будівництва об'єкту, що

свідчить про зростання довіри до ринку комерційної нерухомості, а, по-друге, збільшення кількості угод на оренду площ понад 1000 квадратних метрів, що підтверджує припущення про розвиток та розширення діяльності підприємств в Україні. Але досі значна частка угод укладається саме про купівлю, а не оренду офісних площ, через очікування в подальшому зростанні цін. Зараз значну перевагу мають власники офісних приміщень при укладанні угод оренди через дефіцит об'єктів на ринку. Найбільший попит на офісні приміщення становлять підприємства фінансового сектору та промисловості [4]. Враховуючи перспективи стрімкого розширення обсягів пропозиції, актуальним для інвесторів є забезпечення лояльності орендаторів. Цього можна досягти шляхом розширення списку запропонованих послуг, а також шляхом підвищення їх якості. На практиці у країнах-членах ЄС поширенім є явище залучення професійних управлінських компаній до управління об'єктами нерухомості. Завданням управлінської компанії є підтримання в належному стані нерухомості, підвищення її ліквідності, а також вигідно здавати площи в оренду та забезпечувати стабільні та високі доходи для власника.

Сектор торгових площ характеризується високим рівнем диференціації та стабільністю розвитку. Але в порівнянні з країнами Європейського Союзу вітчизняний ринок є менш розвинутим. Попит на торгову нерухомість є похідним від платоспроможного попиту. За даними Держкомстату України роздрібний товарообіг збільшився за 2004 рік на 20 %. В Україні користуються успіхом торгові центри та супермаркети – їх популярність серед населення постійно зростає. У 2004 році в Україні здавалося в оренду понад 250 тисяч квадратних метрів торгових площ, а до кінця 2006 року торгові площи займатимуть понад 500 тисяч квадратних метрів. Для порівняння, в Чехії під торгові площи зайнято понад 800 тисяч квадратних метрів. У Польщі торгові площи займають понад 3,2 млн. квадратних метрів, при чому кількість проектів площею понад 10 000 квадратних метрів становить понад 150. Значна частка торгових площ розміщена у столиці, Варшаві, і становить понад 1,25 млн. квадратних метрів. У Турції частка торгових площ у Стамбулі становить майже 50 % від загальної кількості торговельних площ країни і становить 505 тисяч квадратних метрів. Для аналізу потенціалу можна використати показник, що показує скільки торгових площ припадає на 1000 жителів, а також річні орендні ставки в успішних торгових центрах на прикладі орендаторів, які займають 50-100 кв.м. В таблиці 4 наведені значення цього показника для столиць країн ЄС та Росії.

Таблиця 4. Характеристики торгових площ в країнах ЄС та Росії [6]

Місто	Мінімальна середня орендна ставка, євро/рік	Максимальна середня орендна ставка, євро/рік	Кв.м. ТЦ на 1000 жителів
Київ	400	1500	103
Москва	1250	2500	140
Будапешт	275	575	205
Лондон	1400	4200	280
Прага	275	575	330
Варшава	300	600	350
Паріж	1100	3700	450

Якщо виходити з того, що насиченість торговими площами в Києві є значно меншою ніж в столицях країн-членів ЄС, то, враховуючи час введення в експлуатацію нових торгових центрів, можна зробити висновок, що до 2008 року буде відбуватися зростання пропозиції на ринку торгових площ до рівня попиту. В торгових центрах Києва спостерігається дефіцит вільних площ, і

орендні ставки поступово зростають, хоча треба враховувати, що вони вже мають запас до падіння якщо порівнювати зі схожими ринками Варшави, Будапешту, Праги тощо. Зростання орендних ставок також пояснюється тим, що нові об'єкти, що вводяться в експлуатацію відповідають більш високим професійним та якісним стандартам ніж ті, що існували до них. Якщо звер-

нутися до рейтингу "Індексу розвитку світової роздрібної торгівлі" компанії A.T. Kearney, то на сьогодні Україна займає в ньому третє місце, що характеризується відносно низьким рівнем ризику та низькою насиченістю на ринку роздрібної торгівлі. В 2004 році Україна займала одинадцяте місце у цьому рейтингу, при цьому наголошувалося, що ця країна має високий ступінь привабливості [7]. Визначальною передумовою стрімкого зростання обсягів торгових площ в Україні є збільшення реальних доходів громадян, бо недостатня кількість споживачів спричиняє відтік орендаторів. В Польщі, в Угорщині, в Чехії, в Латвії та інших нових членів ЄС рівні доходів громадян мають тенденцію до поступового зростання до середньоєвропейського рівня, відповідно в цих країнах зростає платоспроможний попит. За даними Jones Lang LaSalle в Європі частка прямих інвестицій в торгові площи серед всіх видів комерційної нерухомості складає 24-26 %. Цей сектор поступається за обсягами інвестицій лише сектору офісних приміщень частка якого становить 50 %.

Вдалими місцями розміщення торгових площ залишаються центр міста, території біля станцій метрополітену, території на перетині великих магістралей з потужними потоками людей, а також спальні райони. Загальноєвропейські тенденції по створенню великих торговельних комплексів за межами міста, ще не набули такого поширення в Україні, що в першу чергу зумовлено недостатньою кількістю транспортних засобів у населенні.Хоча в Україні вже існують торгово-офісні комплекси поза центральними районами міста, але деякі з них внаслідок прорахунків девелоперів залишаються незайнятими, хоча при чіткому визначенні покупців та відповідному підборі орендаторів можуть ефективно працювати торгові центри навіть на територіях віддалених від деяких транспортних сполучень. Причиною цих та інших прорахунків є специфічний український підхід до девелопменту. На відміну від країн ЄС в Україні розробляється концепція нового об'єкту під вже існуючу ділянку або незавершене будівництво, а не навпаки, коли під певну ідею розробляються проекти, бізнес-плани і тільки тоді постає задача підбору відповідної земельної ділянки. Такий підхід пояснюється браком вільних ділянок придатних для створення великих об'єктів, а також з проблемами з оформленням необхідної документації, що в свою чергу свідчить про недосконалість нормативної бази. За наступні декілька років загальна сума площ торговельних центрів має збільшитися удвічі, що приведе до зменшення високих орендних ставок в центральних районах міста. У наступні роки підвищиться роль регіонів, які за відсутності конкуренції можуть стати привабливими місцями для інвесторів за умови подальшого збільшення платоспроможного попиту. У 2005-2006 роках мають відкритися сучасні торгові центри майже в усіх великих містах України. Найбільшим піспитом користуються торгові точки площею від 30 до 300 квадратних метрів. В Україні спостерігається тенденція до переміщення малих підприємств роздрібної торгівлі до професійних торгових центрів та залишення ними відкритих площ на базарах, відвідування яких потенційними клієнтами з кожним роком зменшується. В боротьбі за клієнтів підвищутиметься якість торгових площ, з'являтимуться такі додаткові сервіси як кінотеатри, спорзали та інші ігрові комплекси. З розширенням кордонів ЄС та покращенням інвестиційного клімату в Україні на вітчизняному ринку загостриться конкуренція, на ринок прийдуть нові європейські оператори торгівлі. Аналізуючи практику країн, що нещодавно вступили до ЄС, можна зробити висновок, що більшість вітчизняних торгових мереж також не зможуть встояти і в процесі жорсткої конкуренції

будуть поглинатися потужними європейськими компаніями, такими як Carrefour, Tesco, Metro Group, Rewe, Auchan тощо, або перейдуть на локальні ринки. Із зростанням економіки та очікуванням інвестиційного бума попит на торгові площи стрімко зростатиме зі сторони міжнародних операторів роздрібної торгівлі, і навіть заплановані до введення експлуатації нові торгові центри не зможуть покрити існуючий дефіцит на ринку. Дослідники ринку дотримуються думки про подальше зростання орендних ставок та вартості на об'єкти торгівельної нерухомості незважаючи на запланований прихід іноземних девелоперів і значних інвестицій [8].

В Україні існує проблема із забезпеченням якісними складськими приміщеннями. Більшість з існуючих складських приміщень є переобладнаними промисловими об'єктами та не відповідають вимогам які забезпечують ефективне функціонування підприємств. Загалом ринок складських приміщень в Україні вважається не розвиненим. Це в свою чергу створює перешкоду у розвитку торгівлі та виробництва. Головною причиною відсутності високоякісних складських приміщень є труднощі з виділенням земельних ділянок, та нерозвиненість ринку складських приміщень в цілому. Питання про подолання цих перешкод є актуальними і розглядаються на конференціях присвячених ринку нерухомості. Більшість девелоперів надають перевагу офісним чи житловим проектам через їх більшу доходність. За оцінками дослідників у Києві 90 % вітчизняного ринку складських приміщень є приміщеннями класу С [3, 4]. Високоякісні склади є рідкістю та будуються під замовлення іноземними компаніями для власного використання. На ринку майже відсутні великі проекти складських приміщень. За даними Jones Lang LaSalle частка прямих інвестицій направлених на розвиток складських приміщень складає 9 % від загального обсягу інвестицій у комерційну нерухомість в країнах ЄС. Київ потребує в чотири рази більше складських приміщень ніж має сьогодні. За даними NAI PICKARD на 1000 жителів столиці припадає 40 метрів квадратних складських приміщень, цей же показник по Україні становить 15 метрів квадратних на 1000 жителів. Наприклад, в Англії та Уельсі при населенні у 48 млн. жителів цей показник становить 236 метрів квадратних. З розширенням кордонів ЄС сектор логістики почав інтенсивніше освоювати нові східні ринки складських приміщень. Польща враховуючи розмір її внутрішнього ринку та відсутнє геополітичне розміщення має можливість у перспективі стати важливим центром операцій з логістики. На ньому спостерігається дещо схожа з українською ситуацією – загальна кількість складських приміщень складає приблизно 1,4 млн метрів квадратних, з яких 1,15 млн метрів квадратних знаходиться у Варшаві. Україна знаходитьться на транспортних шляхах з Європи до країн Азії. У Німеччині, що сьогодні знаходитьсь у середніні ЄС і рівновіддалена від її кінців доходи в секторі логістики склали у 2004 році 150 млрд. євро, що зумовлено також і великим розміром її внутрішнього ринку. Україна може скористатися своїм географічним положенням та стати буферною зоною на шляху торгівлі між ЄС та країнами Азії.

Підсумовуюче вищесказане можна зробити висновок, що Україна є потенційно привабливою країною для інвестицій у комерційну нерухомість. Багато ризиків в країні пов'язано передусім з браком достовірної інформації про стан ринку нерухомості. На фоні зменшення доходностей в інших сферах діяльності комерційна нерухомість пропонує інвесторам доходності до 25 %, що до того ж значно перевищує доходності у країнах Центральної та Східної Європи. Це є одним з основних факторів, що приваблює іноземних інвесторів в Україну. Групи інвесторів активно працюють над розробкою проектів вкладання в комерційну нерухомість. Відобра-

женнем розвитку економіки є стан ії ринку комерційної нерухомості. Якщо Україна спрямуює свої зусилля на подальше провадження економічних реформ та лібералізацію економіки, то це сприятиме подальшому розширенню внутрішнього ринку та покращеню інвестиційного клімату. У відповідь на покращення інвестиційного клімату та зменшення економічних та політических ризиків вже спостерігається тенденція, аналогічна для країн Східної Європи, до зниження ставок доходності від нерухомості. Прихід на український ринок професійних девелоперів допоможе адаптувати нові стандарти якості на ринку комерційної нерухомості. Сьогодні в Україні низька якість пропозиції на ринку комерційної нерухомості не може задовільнити більшості вимог підприємств. Наведені вище дані свідчать про значний дефіцит площ в різних секторах ринку комерційної нерухомості. В містах з великою щільністю забудови, таких як Київ, дуже важко знайти місце під створення певного об'єкту комерційної нерухомості, тому як один з способів виходу з цієї ситуації є будівництво бізнес-парків розміщених за містом, тобто комплексів з розвиненою інфраструктурою, магазинами, ресторанами тощо. З появою нових об'єктів будуть зменшуватися доходності від здачі приміщень в оренду і будуть збільшуватися частки незайнятих площ, але остання тенденція ще не має свого відображення на практиці. В порівнянні з іншими країнами ціни на комерційну нерухомість в Україні перевищують аналогічні показники в сусідніх державах. Нове будівництво зможе задовільнити дефіцит офісних, складських, торгових приміщень в найближчі 2-3 роки. Це має призвести до стабілізації цін на ринку та переходу його на етап насичення. Незважаючи на певні національні особливості ринку нерухомості України на ньому чітко спостерігається циклічність, а отже, скоро очікується надлишок пропозиції з відповідними падіннями орендних ставок, зменшенням доходності та зменшенням обсягів нового будівництва.

1. Гессель В.М., Клебанова Т.С., Черняк О.І. та інші. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування: Підручник. – Х., 2005.
2. Grubb&Ellis Research, Complete global property report 2005. – <http://www.grubb-ellis.com/research/>
3. DTZ Research, Commercial property market overview 2005, EU Countries. – <http://www.dtzresearch.com>
4. Colliers International Ukraine, Україна: обзор ринку недвижимості 2005. – <http://www.colliers.com/Markets/Ukraine/MarketReports/>
5. Оцінка недвижимості : Учебник / Под. ред. Грязновой А.Г., Федотовой М.А. – М., 2004.
6. Українська торгова гільдія. – <http://www.utg.kiev.ua>.
7. Keatley A.T. The 2005 Global Retail Development Index. – <http://www.atkeatley.com/main.taf?p=5,3,1,110,1>
8. Солов'янук Л. Дохідні місця // Контракти. – 07.02.2005 – № 6.

Надійшла до редакції 02.11.05

В. Рокоча, д-р екон. наук

## ГЛОБАЛІЗАЦІЯ І МІЖНАРОДНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПОРЯДОК

*Розглянуто проблему створення інститутів для упорядкування світогосподарських зв'язків в умовах глобалізації. Встановлено зв'язок між оптимізацією функціонування таких інститутів та розвитком економічного глобалізму.*

*The article examines the problem of creating institutions for regulating international economic relations under globalization conditions. There has been established a relation between optimization of such institutions functioning and development of economic globalization.*

Сучасний світ, світ постмодерну, є багатомірним. Це означає, що він засновується передусім на відносинах кооперації основних акторів світового співтовариства, а не на їх конкуренції. Зміна акцентів у системотворенні світового співтовариства ставить питання про механізми, завдяки яким створюються рамкові умови оптимального функціонування кожного з акторів.

Закони ринку через наявність цілого ряду умов, наприклад, дисфункції ринку, що спричинені недосконалістю ринку капіталів або недосконалістю відносин власності, не можуть бути єдиним елементом механізму функціонування національних ринків у системі світових. Врахувати названі дисфункції та їм подібні можна лише за рахунок створення спеціальних інституцій, які б опікувалися проблемами оптимальної алокації факторів виробництва і товарів у світовому масштабі.

Якщо виходити з практики національної економічної координації, то інституціями, які переймають на себе функції узгодження національних і світових економічних інтересів і відповідно до цього розбудовують внутрішньо- та зовнішньоекономічну політику, виступає державна система, представлена певними структурами, акторами, правилами та нормами. У світовому середовищі за умов відсутності світової держави, як єдиного представника інтересів мікро- та макроекономічних суб'єктів, вирішити це завдання можна шляхом створення спеціальних інституцій, що мали б за мету упорядкування світогосподарських зв'язків.

Виникнення інституцій-упорядників розвитку світової економіки стає можливим при формуванні елементів кооперативної поведінки суб'єктів світового економічного простору, які засвідчують неминучість послаблення ринкового конкурентного механізму. Надання переваг кооперативній поведінці безпосередньо пов'язане з поси

ленням глобалізаційних ознак світового економічного простору. Глобалізація спонукає до зміни форм ділової поведінки всіх своїх суб'єктів і водночас є результатом посилення їх взаємозалежності. Міжнародні регуляторні інституції, з'являючись як наслідок об'єктивного перебігу подій у світовому економічному просторі, що спричинені розвитком процесів глобалізації, є реакцією на посилення руйнівної сили міжнародної конкуренції і виступають своєрідною формою міжнародних кооперативних відносин, що мають тенденцію до змінення.

Причина змінення кооперативних відносин, які в подальшому складають базис глобальної економіки, криється у прагненні міжнародних економічних суб'єктів вирішити проблеми оптимальної реалізації своєї цільової функції. Через це первісне призначення міжнародних інституцій полягало у створенні та підтриманні такого міжнародного економічного порядку, який би був щонайбільше, по-перше, позбавлений неузгодженості дій основних суб'єктів міжнародного середовища, по-друге, зменшував би невизначеність і асиметричність інформації, по-третє, створював би рамкові умови оформлення і функціонування світових ринків. У своєму підсумку це означає, що міжнародні інституції мають нести відповідальність за створення міжнародного економічного порядку – організаційної форми діяльності міжнародних суб'єктів у світовому економічному просторі. І оскільки така діяльність у глобальній економіці ґрунтуються на умовах взаємозалежності, провідним різновидом якої є залежність через кооперативну поведінку, то і самі міжнародні регуляторні інституції можуть бути утворені лише на кооперативних засадах. Таким чином, можна стверджувати, що міжнародний економічний порядок у глобальній економіці є результатом зусиль певних між-

народних регуляторних інституцій, які являють собою кооперативні регулятивні утворення.

Кооперативні регулятивні утворення мають широкий спектр цілей. I оскільки він визначається конкретним рівнем розвитку і ступенем зрілості глобальної економічної системи, то міжнародні інституції спрямовують свою діяльність на сприяння адаптації мігаекономічних суб'єктів до міжнародних умов, що постійно змінюються.

Провідним у політиці сприяння є забезпечення стабільності рамкових умов глобального економічного простору, а відтак дії міжнародних інституцій по створенню і підтриманню міжнародного економічного порядку можна класифікувати за п'ятьма складовими. Дає з них утворюються через прояви дисфункції світового ринку. В цьому випадку втручання міжнародних інституцій дає можливість, по-перше, зберегти конкуренцію на ринках приватних товарів завдяки заснуванню міжнародного порядку алокації, запобіганню державному обмеженню конкуренції та сприянню міжнародній системній конкуренції за можливо кращі економічні результати; по-друге, запобігти міжнародній системній конкуренції, коли йдеться про виробництво глобальних колективних товарів.

Третя складова має безпосереднє відношення до глобальних колективних товарів: як ідеальне глобальне благо у глобальній економіці трактуються норми економічних прав людини. Економічна взаємозалежність, що має тенденцію до посилення, ставить питання як про права людини в новому середовищі, так і про їх реалізацію. Вирішити цю проблему на національному рівні неможливо, оскільки автономно захищати права людини у глобальній системі національні уряди неспроможні. Це під силу лише міжнародним інституціям як кооперативним утворенням.

Наступна складова стосується фінансових ринків і проявляється у забезпеченні міжнародними регулятивними інституціями стабільності у міжнародних фінансових і валютних відносинах. Значення цієї сфери діяльності їх діяльності важко переоцінити. Саме від рамкових умов у названій сфері залежать можливості стабільного міжнародного товарообміну і створення умов міжнародної ліквідності фінансових активів, тобто міжнародного руху капіталу та валюти.

Нарешті, обов'язковою задачею діяльності міжнародних інституцій слід вважати задачу пом'якшення (а при можливості й усунення) перепадів світового економічного розвитку, які можуть бути як наслідком хвилеподібного розвитку глобальної економіки, так і результатом дій окремих глобальних акторів.

Таким чином, багаторіність глобальної економіки вимагає врахування міжнародними інституціями кола проблем, що стосуються, з одного боку, механізмів функціонування ринків товарів, послуг, капіталу та валюти, а з іншого – закономірностей розвитку глобальної економіки, які включають в себе проблеми хвилеподібності та зміцнення правового захисту суб'єктів ринку праці та їх родин. Звідси випливає, що створення ефективного міжнародного економічного порядку – це вибудування функціонально специфічної системи правил, яка проте повинна надавати мігаекономічним суб'єктам свободи прийняття рішень. Зрозуміло, що розбудова такої системи правил має мотивуватися довгостроковими конституційними інтересами всіх держав, але водночас і їх самовідповідальністю за "світову етику", оскільки припущення, що вже закладаються в такі системи правил часто ледь розрізняються і це вимагає зваженого й етичного ставлення до них.

З'ясувавши суть проблем, що виникають у світовому економічному просторі у зв'язку з вимогами глобальної економіки щодо кооперативних регулятивних інституцій,

необхідно повернутися до більш докладної характеристики самих міжнародних регуляторних інституцій, адже створення міжнародного економічного порядку націлює саме на їх утворення.

Поняття "інституція" може бути визначене в рамках нової інституціональної економіки. Відповідно до неї, інституція – це система норм, включаючи інструменти їх гарантій, яка є дійсною для тривалого терміну, походить від певного набору цілей і має за мету скерувати індивідуальну поведінку членів суспільства у певному напрямку". [3, с. 55]. Під суспільством тут розуміється світове співтовариство. Його члени є приватно господарюючі суб'єкти (підприємства, спілки підприємців, організації споживачів, організації з прав людини, інтернаціонально діючі релігійні громади, профспілки тощо), національні держави, об'єднання держав (наприклад, ЄС) та міжнародні організації (як СОТ або МВФ). До системи норм, як визначальної характеристики інституцій, відносяться багатосторонні угоди; міжнародно поширені кодекси поведінки; правила, видані за дорученням держав-партнерів міжнародними організаціями; норми звичаїв. Інструменти гарантій включають в себе державне самообслуговування, що здійснюється шляхом багатосторонніх угод; процедури нагляду за національною політикою держав з боку міжнародних організацій; запровадження міжнародних норм відповідними органами національних держав; кредитні та торгові акції; втрати репутації від міжнародної відкритості тощо.

Інституції такого типу світовою економічною наукою описуються як правила. Комплекс інституцій, який спрямований на певну сферу дій, утворює "правила порядку" цієї сфери. В такому розумінні утворення інституцій (інституціоналізація) означає для певного простору дій їхній "порядок". Тобто інституціоналізацію світогосподарських зв'язків можна представити як тотовіність міжнародному економічному порядку.

Інституціоналізація світогосподарських зв'язків концентрується на змістовних цілях, які, як було з'ясовано, визначаються в процесі розвитку глобальної економіки. Необхідною умовою для досягнення раніше названих цілей міжнародного економічного порядку є внутріодержавні інституції у кожній країні, що бере участь у процесі глобалізації. Інституціоналізація світогосподарських зв'язків у формі політики міжнародного порядку має уможливити національним державам з такими внутріодержавними інституціями вступ у конкуренцію одного з одним. Відтак вона може бути трактована як достатня умова досягнення цілей забезпечення конкуренції у виробництві і розподілі приватних товарів, підтримання стабільності міжнародної валютної і фінансової систем, надання глобальних колективних благ матеріального та духовного виду, пом'якшення перепадів у міжнародному розвитку. Сконцентрований на таких задачах міжнародний економічний порядок полегшує системи регулювання як на мегарівні, так і на національному. Більше того, досягаючи цих цілей, глобальні інституції можуть привести у порядок національні системи конкуренції, адже цей порядок в економіці відкритого типу може бути винайдений і підтриманий лише кооперативним шляхом.

Поняття "міжнародний економічний порядок" є складеним. Оскільки комплекс інституцій може бути спрямований на певну сферу дій глобальних акторів, то в такому порядку можна виділити міжнародний торговельний, інвестиційний, кредитний, міграційний тощо порядки. Враховуючи особливу роль реальної економіки у світовому економічному розвитку, зупинимося більш детально на характеристиці такої складової міжнародного економічного порядку як міжнародний торговель-

ний порядок. Звернення до цього питання є актуальним і в контексті прагнень України стати його актором.

Створення ефективного конкурентного середовища при міжнародному товарообміні є довгостроковою задачею. Після спроби Гаванської конференції на Кубі, яка у 1948 року прийняла рішення про створення міжнародної торговельної організації, що не було реалізоване, спільнота держав зробила чисельні кроки у напрямку інституціоналізації світогосподарських зв'язків. По-перше, було вироблено основні міжнародні норми поведінки на світових товарних ринках, зокрема укладено багатосторонні угоди в галузі торгівлі товарами (ГАТТ), послугами (ГАТС), про державні закупівлі (АГП), про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (ТРІПС), про пов'язані з торгівлею інвестиційні заходи (ТРІМС).

По-друге, створено достатньо ефективну систему інструментів гарантій: (а) знижено середній рівень мита завдяки переговорним раундам ГАТТ; розширено список митних поступок; досягнуто успіху при зламі нетарифних торгових обмежень, які хоча і заборонені ГАТТ, але зберігаються тривалий час; зроблено кроки, аби позбутися секторальних виключень у регулюванні сільського господарства, текстильної та легкої (одяг) промисловості; (б) правила регулювання торгівлі товарами вдалося доповнити правилами регулювання торгівлі послугами – ГАТС; (в) завдяки АГП закони, нормативи, процедури та процеси стосовно державних закупівель стали більш прозорими і значно менше спрямованими на збереження протекціонізму по відношенню до національних виробників або постачальників; (г) за допомогою ТРІПС вдалося встановити стандарти та принципи щодо забезпечення прав інтелектуальної власності та методи і процедури їх захисту; (д) через ТРІМС визначено інвестиційні заходи, які суперечать положенням ГАТТ, та встановлено порядок і терміни їх поетапного скасування.

По-третє, з'явився провідний глобальний актор – СОТ – як форум для проведення переговорів, врегулювання суперечок та огляду торговельної політики. СОТ стала центром багатосторонньої торговельної системи, яка в широкому сенсі визначається як "набір міжнародних правил, виконання яких вимагається від країн при здійсненні торговельних відносин між собою". [1, с. 75].

Інституціоналізація міжнародних торговельних зв'язків не є досконалою, проте вона уможливлює, по-перше, зростання обсягів світової торгівлі, які спричиняють зростання світового виробництва товарів та послуг. Наприклад, ліквідація протекціоністських бар'єрів сприяла тому, що за останні півстоліття обсяг світової торгівлі виріс приблизно у 18-19 разів, а реалізація Угоди про державні закупівлі призвела до 10-кратного збільшення обсягів державних закупівель при тому, що міжнародна конкуренція поширилась також на національні уряди та місцеві органи влади, загальний обсяг закупівель яких складає сотні мільярди доларів на рік.

По-друге, інституціоналізація міжнародних торговельних зв'язків оформила більш-менш склерований міжнародний обмін товарами, послугами та правами інтелектуальної власності. Насамперед це проявляється у збільшенні виграшу, який є наслідком лібералізованої міжнародної торгівлі порівняно з торгівлею, обмеженою рамками протекціонізму. Країна, яка розбудовує свої зовнішньоторговельні відносини в рамках умовах міжнародного торговельного порядку, в цілому демонструє вищі темпи зростання ВВП, ніж країна, внутрішній ринок якої більшою або меншою мірою відлучений від міжнародної конкуренції. З вищими темпами зростання ВВП, з одного боку, покращуються можливості для застосування системи соціального захисту, з іншого – зрос-

тає індивідуальний попит на покращений захист прав і на вищий стандарт праці і життя.

Якщо внаслідок обумовленого зовнішньою торгівлею зростання продуктивності індивідуальна конкурента зарплата (внутрішня ставка зарплати, що утворена за рахунок участі у міжнародній конкуренції) зростає, то навіть при незмінному поділі на індивідуальну і так звану колективну зарплату (частина, що використовується на покращення стандарту праці і соціального стандарту) стає можливим досягнення цих стандартів. Тим більше це очікується при більшій частині "колективної зарплати" і ця зміна частки відповідає – при допущенні еластичного за доходом попиту на стандарт – інтересам зaintягтих. [3, с. 140].

Емпіричні дослідження підтверджують припущення позитивного зв'язку між рівнем доходу або лібералізацією зовнішньої торгівлі, з одного боку, та рівнем доходу на душу населення або темпами росту ВВП і досягненням соціальних стандартів, з іншого. Так, відповідно до відомого дослідження, проведеної A.Krueger'ом, масштаби дитячої праці є тим нижчими, чим вищим є в країні дохід на душу населення [2], а Організація економічного співробітництва і розвитку прийшла до висновку, що між рівнем реалізації права на свободу і правом на колективні дії, з одного боку, і лібералізацією зовнішньої торгівлі, з іншого, є суттєвий позитивний зв'язок. [4]

Безсумнівно, міжнародна конкуренція, яка становить ядро існуючого міжнародного торгового порядку, сприяє виникненню в країні, що сповідує його правила, і тих, хто несе втрати. За широко відомою теорією пропорційності факторів, ними є власники відносно обмежених факторів виробництва. Чисто об'єктивно, висновок абсолютно достовірний. Однак це не означає, що наслідки дії об'єктивної тенденції не можуть бути скориговані. Коригування означає, що права власників відносно обмежених факторів виробництва не можуть бути звужені, а набутий ними стандарт – знижений. Захист соціальних і економічних прав людини є публічним благом і цей стандарт, як засвідчує досвід економічно розвинених країн, має зберігатися також в умовах зростаючої міжнародної конкуренції завдяки трансферним платежам. Особи, які втратили свої робочі місця через реструктурування економіки, що сталося під впливом її експортної орієнтації, і які отримали право лише на мале пенсійне забезпечення, захищаються від бідності у старості трансфертом доходів. Такі персональні трансфери фінансуються завдяки оподаткуванню немобільних факторів і вони є можливими також при активній участі країни у міжнародній конкуренції. З точки зору оподаткування мобільних факторів, зростаюче переплетіння економік у глобальному економічному просторі не викликає додаткових проблем, оскільки з або без міжнародного руху цих факторів у країні слід урахувати той же самий ефект для оплати немобільних факторів: оподаткування мобільного фактору капітал, наприклад, спричиняє як в одному, так і в іншому випадку зниження капіталоємності, а відтак зниження продуктивності праці і її оплати.

Отож, можна говорити про недосконалості міжнародного торговельного порядку, але в тій мірі, в якій він сприяє міжнародній конкуренції на товарних ринках і уможливлює країнам-учасницям потенційне зростання добробуту, він також створює поле гри (економічний простір) для кращої реалізації економічних та соціальних прав людини і стандарту прав людини.

Підсумовуючи сказане, можна зробити такі висновки. Розвиток процесів глобалізації посилює потребу у створенні і підтриманні ефективного міжнародного економічного порядку, який формується в процесі інституціоналізації світогосподарських зв'язків. Інституціоналізація являє собою сукупність глобальних акторів, системи норм

та інструментів гарантій. Запровадження форм інституціоналізації є обов'язковим для всіх учасників глобального економічного простору, але в першу чергу це стосується виконавчих структур національних держав, оскільки ці правила створюються задля оптимізації їх діяльності на світових ринках. Отож, Україна, як суб'єкт глобальної економіки, прагнучи зайняти гідне місце в ній, має активно залучатися до процесу інституціоналізації світогосподарських зв'язків. Недотримання вимог міжнародного економічного порядку є основною підставою гальмування вступу країни до СОТ. Але це є не стільки відстрочка

в реалізації пріоритетів зовнішньоекономічної політики країни, скільки нехтування з боку України можливостями і перевагами розвитку ринково-конкурентних відносин, втрати значної частини виграшу від участі у глобальному економічному просторі.

1. Осика С.Г., П'ятницький В.Т. Світова організація торгівлі. – К., 2005.
2. Krueger A.B. International Labour Standards and Trade, in: Annual World Bank Conference on Development Economics 1997. – Washington.
3. Sautter H. Weltwirtschaftsordnung. – München, 2004.
4. Trade, Employment and Labour Standards. OECD. – Paris, 1996.

Надійшла до редколегії 06.11.05

С. Довгань, канд. техн. наук

## МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНІВ-ПЕРЕМОЖЦІВ

*Обґрунтовано застосування маркетингового підходу при формуванні стратегії розвитку регіональних економічних систем, а також визначені завдання органів влади, реалізація яких сприяє завоюванню регіоном лідеруючих позицій у соціально-економічному розвитку.*

*Application of marketing approach to forming of strategies of development of the regional economic systems is grounded. The tasks of organs of power, the decision of which is instrumental in the conquest of leading positions in socio-economic development, are considered.*

Сучасні економічні дослідження поглибили розуміння "провалів" ринку й ступеня їхнього поширення. Однак найважливіше питання про те, які з них спричиняють необхідність державного втручання і яку форму воно має приймати носить емпіричний характер, вимагає вивчення вигід, витрат й ефективності альтернативних напрямків політики.

М. Порттером узагальнений досвід країн, що зуміли досягти до кінця ХХ століття найбільшого процвітання [1]. Основні його висновки зводяться до наступного:

- національне процвітання не успадковується, а створюється;
- макроекономічна стабільність є необхідною, але недостатньою умовою національного процвітання;
- основа конкурентоспроможності країни лежить на регіональному рівні;
- конкурентоспроможність країн і регіонів визначається не стільки набором факторів, скільки ефективністю їх використання;
- рівень добробуту й економічного росту окремих територій залежить від наявності на них територіальних центрів економічного розвитку – кластерів.

Процеси глобалізації підсилюють регіональний фактор у розвитку економіки країни, оскільки, як правило, мають вкрай нерівномірне розповсюдження ті територію, "вибираючи" великі міста з бізнес-інфраструктурою, регіони з необхідними ресурсами або вигідним географічним розташуванням для включення до міжнародного ринку розподілу праці. Це впливає на стан ринку праці, доходів населення, наповнення регіональних і місцевих бюджетів, як наслідок, посилюючи диференціацію регіонів.

Саме тому вже більше двох десятиліть в економіках багатьох країн на місцевому, регіональному й національному рівнях впроваджуються кластери, здатні ініціювати економічну ренту в одному секторі економіки за рахунок прогресу в іншому. Кластери виступають альтернативою секторальному підходу. Їх розвиток залежить від складної системи взаємозв'язаних і взаємозалежних факторів, до числа яких відносяться в т.ч. територіальне розташування структурних складових кластера, наявність інноваційних технологій і висококваліфікованого персоналу. Усі вони мають важливе, але не виняткове значення. Відбиваючи динаміку відносних переваг, кластери формуються, розширяються, поглинюються, але можуть також звужуватися, згорталися й розпадатися. Подібна динамічність і гнучкість кластерів

є їх перевагою в порівнянні з іншими формами організації економічних систем.

Певну роль у цих процесах відіграє регіональне управління шляхом створення зовнішніх стимулів для активізації диверсифікаційних форм інноваційного розвитку, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність територій. Таким чином, у процесі кластеризації економіки уряд і місцеві органи влади повинні виконувати нові, раніше не властиві їм, функції поряд з формуванням сприятливого підприємницького середовища й справедливих умов конкуренції. До числа таких функцій слід віднести формування стратегій розвитку регіону, створення механізму мотивації формування кластера, а також відповідних спеціальних інструментів регулювання.

Формування регіональних економічних систем нового типу, заснованих на координації різних організацій (промислових компаній, дослідницьких центрів, органів державного управління, громадських організацій тощо) надає можливість поширити продукт діяльності декількох фірм по мережі взаємозв'язків у загальному регіональному економічному просторі [2]. У свою чергу, розмаїтість різних джерел технологічних знань і зв'язків дозволяє збільшити комбінацію факторів виробництва й уже само по собі виступає передумовою інновацій. Спеціалізація учасників кластеру дає можливість поглибити поділ праці й тим самим підвищити ефективність виробництва. Таким чином, об'єднання в кластер представляє собою неспонтанну кооперацію учасників і технологій. Їх сукупність дозволяє досягти регіону цілком конкретної конкурентної переваги на всіх стадіях виробничого циклу – від створення товару до просування його від виробника до споживача – й одержати на цій основі економічну ренту на конкурентному ринку.

Викладене дозволяє зробити обґрунтований висновок, що кластерна модель розвитку регіону вимагає від регуляторних органів маркетингового підходу до управління, що може привести до створення конкурентних переваг у сфері бізнесу й підвищити ефективність економічної політики регіональної влади. Це виводить функції державного управління за рамки альтернативи між ринком й ієрархією управління до проміжної області комбінацій контрактних і владних взаємин.

Сьогодні такі взаємини класифікуються як мережі й служать засобом досягнення координації діяльності. Їх можна розглядати як кооперацію між організаціями суспільного й приватних секторів, тобто новою формою ор-

ганізації управління. Однак така участь регуляторних органів не може бути спонтанною або автоматичною. На наш погляд, вона повинна базуватися на оптимальному балансі між управлінськими витратами на формування кластеру й тією рентою, що одержить регіон. Таким чином, мова йде про те, як бюрократія може забезпечити створення доданої вартості для перемоги регіону в боротьбі за своє майбутнє в національному масштабі.

Сучасні дослідження в даній області зосереджені переважно на проблемі формування оптимальної інституціональної структури органів влади. Однак цей процес є завершальним поряд із процесом перерозподілу частини функцій між державним управлінням і приватним сектором відповідно до поставленого завдання формування регіональної економіки кластерного типу. В основі таких процесів повинні лежати дослідження того, що є конкурентними перевагами регіону. Особливу актуальність ці дослідження мають у пострадянських країнах, оскільки перелік параметрів, за якими сьогодні конкурують регіони, досить великий, однак не відрізняється розмаїтством.

Другий аспект проблеми, який необхідно досліджувати, – це теза про ступінь позитивного впливу конкуренції на ефективність продуктивних сил регіону як на квазіринках, так і на зовнішніх ринках. У ряді досліджень останнього часу, виконаних як у США, так і у Європі, піддається сумніву теза про беззастережно позитивний вплив конкуренції на ефективність [3]. Вони також засвідчують практичну відсутність доказів підвищення ефективності внаслідок конкуренції. Отже, можна сказати, що конкуренція й регулювання являють собою субститути, причому однаковою мірою недосконалі. Внаслідок цього вони можуть мати деформуючий вплив на розвиток регіону.

Спираючись на концепцію організаційної архітектури органів регіонального регулювання, в основі якої лежить структура взаємин у рамках кластеру (постачальників, споживачів, зовнішніх організацій, суспільних інститутів, зайнятого населення тощо), можна зробити висновок про те, що архітектура повинна визначати в кластері насамперед рух інформації, якість прийняття рішень та їх результативність для економіки регіону. З цих позицій архітектура має на увазі постійний пошук у процесі управління набору зв'язків й умов, що ведуть до ефективності й конкурентних переваг у приватному секторі, тобто до максимізації виробленої доданої вартості.

Так, архітектура, спрямована на створення коопераційних зв'язків у рамках кластеру, є альтернативним варіантом організації управління, при якому бюрократія виступає в якості "брекера" у мережі контрактних взаємин, зводячи воєдино організації приватного й суспільного секторів.

Місце бюрократії в кластерному розвитку регіонів дозволяє визначити перелік напрямків завдань, які ти необхідно вирішувати. Центральним моментом є формування стратегії розвитку регіону. Як свідчить досвід, успішне використання комбінації двох цих регуляторів для кластеризації економіки декількох регіонів США (Атланта, Сан-Дієго, Каліфорнія) забезпечив маркетинговий підхід до розробки регіональної стратегії, що дало їм можливість виступити в ролі локомотива, що пропускає регіон у лідери.

Безумовно, процвітання регіону залежить від продуктивності всіх його галузей. Однак всі вони мають різний ступінь конкурентних переваг у порівнянні із цими ж галузями інших регіонів. Тому першим завданням бюрократії є оцінка регіональної економіки для виявлення напрямків розвитку регіону, що володіють інноваційною здатністю, з метою створення динамічного ядра економіки з яскраво вираженими конкурентними перевагами. Складовий

елемент цієї оцінки – аналіз стану інфраструктури, що забезпечує безпосередню дифузію знань із сектору досліджень до сфери виробництва. Однак при реалізації цього завдання потрібно, з одного боку, розв'язати природно існуюче протиріччя "центр – регіони", оскільки бажана стратегія розвитку регіону може істотно відрізнятися від поглядів центру на ці процеси, а з іншого боку – вийти за межі адміністративно-територіального поділу, максимально використовуючи можливості кооперації з оточенням. Крім того, для здійснення оцінки повинні бути інструменти, що сприяють об'єктивності й запобігають чиновницькій спокусі завищенню оцінок "своєї" бізнесу. Також не слід рівнятися на досвід успішних галузей в інших країнах або регіонах, а відштовхуватися від потреб власного регіонального бізнесу.

Друге завдання місцевої влади полягає в модернізації й сприянні розвитку бізнес-інфраструктури регіону: банківської сфери, транспорту, комунікацій, сфери послуг, мережі консалтингових організацій, що покликані зробити регіон інвестиційно привабливим.

Наступне завдання – усіляка підтримка й розвиток освіти та науки в регіоні як основного інструменту формування конкурентних переваг, інтеграція науки з бізнесом. Останнє особливо важливо, оскільки у трикутнику "регіональна влада – наука – бізнес" кожна зі сторін у парах "регіональна влада – бізнес", "бізнес – наука", "регіональна влада – наука" може вирішити свої тактичні завдання, але тільки регіональна влада здатна й тому вона повинна врахувати інтереси всіх сторін, формуючи стратегію розвитку регіону, гармонізуючи комерційні й соціальні завдання, досягаючи тим самим регіонального консенсусу.

Крім того, сьогодні в конкурентній боротьбі виграє той, хто не тільки швидше і якісніше робить нові знання й технології, але й швидше може втілити їх у конкретний продукт і вийти з ним на ринок. Тому виняткове значення має завдання створення інфраструктури трансферу технологій. Для вирішення цього завдання регіональна влада може, наприклад, організовувати навчання персоналу, сприяти сертифікації продукції, надавати бізнесу науково-технічну інформацію й результати НДДКР, виконані за бюджетні кошти тощо. І ще одне немаловажне завдання – формування регіональної політичної еліти, здатної не тільки створювати, але й реалізовувати стратегію розвитку регіону.

Економічний стан регіонів і окремих галузей України, на перший погляд, можна описати у вигляді досить простої траєкторії, що характерна для усієї країни: спочатку сильний економічний спад до 1998 р., а потім – достатньо усталене зростання. Однак як спад виробництва був дуже різним за силою і структурними наслідками для окремих регіональних економік, так і траєкторія зростання стала диференційованою за регіонами. По-різному змінилась просторова концентрація промисловості та сільського господарства, а збільшення частки сектора послуг в структурі економіки регіонів не тільки було різним, а й мало принципово несхожу природу. Загальним було тільки посилення економічної нерівності регіонів, незважаючи на спроби центральної влади запобігти цьому за допомогою зростання перерозподілу ресурсів. Як приклад, співставимо Донецьку й Дніпропетровську області. За основу відбору областей для аналізу взятий показник "частка експорту продукції", оскільки світовий ринок є кращим індикатором конкурентоспроможності регіону. За цим показником зазначені області протягом останнього десятиліття у сумі стабільно перевищують 40 % від загальнодержавного показника (табл. 1).

Донецька область за перше півріччя 2005 р. почала дещо втрачати свої позиції, що пояснюється скасуванням значної кількості преференцій для вільних економічних зон (ВЕЗ) і територій пріоритетного розвитку (ТПР), переважну більшість яких було зосереджено на цій території. Разом з тим, це зниження стало не настільки значним, як можна було очікувати. Це пов'язано, на нашу думку, з реалізацією Програми науково-технічного розвитку Донецької області на період до 2020 року, яка стала стартом прискорення інноваційних процесів і, головне, – надало їм фінансове забезпечення. У той же

час, показник абсолютної частки Дніпропетровської області у експорті продукції у першому півріччі 2005 р. зрос більше, ніж на 10 % порівняно з показником попереднього року, а відносна частка експорту в перерахунку на 1 млн. населення перевищила аналогічний показник Донецької області. На нашу думку, це пояснюється приходом до керівництва областю харизматичного лідера, здатного об'єднати навколо себе регіональну політичну й бізнес-еліту з метою ефективного використання потенціалу регіону.

Таблиця 1. Статистичні дані по регіонах-лідерах України

Показник	Донецька обл.	Дніпропетровська обл.
Територія*, %	4,4	5,3
Населення, млн. осіб	4,7	3,53
Населення*, %	10	7,5
Частка експорту 2004 р.*, %	25,5	16,7
Частка експорту за 5 місяців 2005 р.*, %	24,5	18,7
Частка експорту 2004 р. на 1 млн. населення	5,43	4,73
Частка експорту 2005 р. на 1 млн. населення	5,21	5,29

У першому випадку реалізація регіональною владою Донецької області своєї координуючої функції у формуванні науково-технічної політики регіону дозволила досягти ефективно замістити конкурентні переваги, що були втрачені у зв'язку з відміною преференцією для ВЕЗ і ТПР. У другому ж випадку фактором підвищення кон-

курентних переваг регіону стало посилення регіонального управління.

1. Порттер М. Міжнародна конкуренція. – М., 1993.
2. Інноваційна стратегія українських реформ / Гальчинський А.С., Геєць В.М., Кінчак А.К., Семиноженко В.П. – К., 2002.
3. The competitive challenges: Strategies for Industrial Innovation and Renewal / Ed. by Teece D.J. – Cambridge, 1987.

Надійшла до редакції 12.11.05

О. Каніщенко, канд. екон. наук  
Ф. Паранд

## ПОТЕНЦІАЛ ВЗАЄМОВИГІДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА: УКРАЇНА І ІРАН В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*В статті розглянуті проблеми сучасного розвитку міжнародного співробітництва України і Ірану на основі виділення напрямів науково-виробничої взаємодії та обґрунтування шляхів інтенсифікації взаємодії і можливостей застосування відповідних маркетингових заходів в умовах глобалізації.*

*Article is devoted to the contemporary development of the bilateral collaboration between Ukraine and Iran, based on extracting the directions of scientific and manufacturing cooperation and working out the ways of intensification the appropriate marketing arrangements under process of globalization.*

Протягом останніх десятиліть світова економіка перетворюється на глобальну економічну систему, і для багатьох країн постало питання про їх роль і місце в інтернаціоналізованому господарському механізмі. В якійсь мірі вичерпуючи потенціал співпраці з традиційними партнерами [1, с. 69-70], держави здійснюють пошук і оцінку привабливості нових напрямів міжнародного співробітництва з потенційними партнерами і можливості встановлення з ними торгово-економічних зв'язків на сучасних принципах міжнародної взаємодії. До теперішнього часу Україна і Іран, через різноманітні обставини, не могли повною мірою використовувати потенціал взаємовигідного співробітництва, і це позначилося на інтенсивності їх торгово-економічних взаємовідносин. Фактично країни обмежуються несистемною реалізацією простих форм експортно-імпортних операцій в окремих сферах економічної діяльності, хоча, як показує аналіз, існує реальна можливість активізувати і інтенсифікувати взаємовигідне співробітництво.

Підвищення ефективності міжнародної співпраці України і Ірану вимагає удосконалення її форм і методів, а також

пошуку взаємовигідних сфер зовнішньоекономічної взаємодії на макро і мікро рівнях. Аналіз ринкового середовища двостороннього співробітництва показує, що існують величезні перспективи для спільного бізнесу в різних секторах економіки. Так, Іран є зацікавленим у використанні промислового-технічного потенціалу України в сфері промислового виробництва, в той час як Україна могла б отримувати з Ірану енергоносії, продукцію сільського господарства, сировину для легкої промисловості тощо.

Тому в сучасних умовах актуальним завданням міжнародної взаємодії двох країн є, по-перше, оновлення і реструктуризація двосторонніх економічних відносин з точки зору оптимізації сфер і напрямів співробітництва, а по-друге, поступова інтенсифікація форм присутності суб'єктів на зарубіжному ринку. Це передбачає субординацію завдань і обґрунтування пріоритетних векторів, оптимізацію структури і удосконалення алгоритму дій. Іншими словами, міжнародні взаємозв'язки України і Ірану мають великі перспективи з погляду формування нової парадигми товарно-ринкової стратегії, концептуалізації мети і механізмів інтенсифікації співробітництва.

\* Від загального показника по Україні

Не зважаючи на ряд соціально-економічних перешкод, традиційно гальмуючих активізацію інтенсивних форм міжнародної взаємодії, динаміка товарообігу між Україною і Іраном має тенденцію до збільшення (Таблиця 1). Така ситуація вимагає обґрунтування науково-

теоретичних підходів і практичних методів і сфер реалізації міжнародних економічних відносин двох країн, які не маючи статусу ринкової економіки, прагнуть організувати ефективне співробітництво на ринкових засадах.

Таблиця 1. Обсяги товарообігу між Іраном і Україною за 10 років (в дол. США)\*

Рік	1373 (1994/1995)	1374 (1995/1996)	1375 (1996/1997)	1376 (1997/1998)	1377 (1998/1999)	1378 (1999/2000)
Товарообіг	57382647	53227562	187861219	216337850	154646939	108993175
Рік	1379 (2000/2001)	1380 (2001/2002)	1381 (2002/2003)	1382 (2003/2004)	1383 (2004/2005)	[6] 9 місяців (2005/2006)
Товарообіг	209148207	253092286	221467739	357463793	443841000	499484000

В той же час аналіз показує, що існує ряд сфер для успішного міжнародного співробітництва, які представляють взаємний інтерес для України і Ірану і можуть бути реалізованими за допомогою, як простих експортних операцій, так і більш інтенсивних форм взаємодії від спільногопідприємництва до прямого інвестування. Особливо успішною для розвитку спільних міжнародних проектів двох країн може виявитися співробітництво у вільних економічних зонах Ірану. До таких сфер взаємної зацікавленості можна віднести [3]:

- інвестування компаніями Ірану в реконструкцію і технічне забезпечення українських підприємств у сфері легкої промисловості, виробництва цементу, скла, негорючих матеріалів, батарей, автомобілів, харчової промисловості, гігієнічних і хімічних медикаментів, фільтрації і упаковки одягу, техніки для будинку, меблів, хімічної промисловості і миючих матеріалів;
- інвестування українськими компаніями в реконструкцію і забезпечення технічних потреб Ірану у сфері хімічної промисловості, металургії, авіабудування і космонавтики, суднобудування, атомної енергетики;
- створення спільних торгово-посередницьких компаній для постачання в Іран основних продуктів харчування (пшениці, цукру, масла) з України, і більш повного забезпечення України іранськими продуктами садівництва, зокрема сухофруктами;
- обмін науковою інформацією і результатами наукових досліджень у сфері сільського господарства, в першу чергу, рослинництва, землеробства і захисту сільськогосподарської продукції від шкідників;
- реалізація спільних проектів у сфері виробництва ветеринарних і природних рослинних медикаментів, засобів вакцинації, ветеринарних крапельниць та інших інструментів, сільськогосподарської техніки (тракторів);
- забезпечення потреб в кольорових металах (мідь, молібден) та мінералах, зокрема каменів для прикрас та декоративного оздоблення будівель (мармур, травертин, бірюза);
- обмін досвідом управлінської діяльності, зокрема в сфері менеджменту, маркетингу, управління персоналом, фінансової діяльності;
- використання ефективних форм взаємодії в процесі виконання спільних проектів з партнерами з інших країн.

Слід також особливо виділити таку перспективну сферу міжнародного співробітництва як розвиток транспортної інфраструктури, зокрема будівництво і використання міжнародних транспортних коридорів. Ця сфера є предметом зацікавленості обох країн і конструктивно впливає на їх економіку і суспільний розвиток через інтенсифікацію обміну, створення нових робочих місць, культурну інтеграцію тощо. Серед міжнародних коридорів, які активно створюються в світі, слід особливо виділити ті, участь в яких бе-

рутъ Україна і Іран: TRACECA і Північ-Південь. Участь у використанні можливостей трансконтинентальних транзитних систем дозволить знизити транспортно-торговельні тарифи і загальні витрати на транспорт, а також прискорити товарообмін між країнами. Але, крім суто економічних переваг, слід відмітити ще й важливий надбудований наслідок: поєднання різних культур і цивілізацій – слов'янської, індійської, іранської, вірменської, арабської, турецької – сприяє розширенню обміну думками і ідеями, практичними, економічними, культурними і глобальними досягненнями, що підтримує атмосферу миру, взаєморозуміння і ефективного економічного співробітництва [4, с. 21]. Зручне розташування двох країн, дозволяє створити важливі для міжнародного бізнесу транзитні зони, наприклад, через Україну. Іран є зацікавленим у використанні цього ресурсу для подальшого транспортування іранської продукції до Росії, Білорусі, Молдавії, Угорщини, Чехії і Словаччини і країн Південної Європи. Також Іран може стати "перевалочною базою" для подальшого відправлення українських товарів в країни Персидської затоки, Індію, Пакистан, Афганістан і Ірак.

Перспективною для двостороннього співробітництва представляється також взаємодія України і Ірану в сфері газо-енергетичного комплексу: Іран міг би розглядатися як реальна альтернатива для України і за-безпечувати 20-30 млрд. м<sup>3</sup> з 70 млрд. м<sup>3</sup> її річних потреб в газі. З іншого боку, можливість експорту газу до Східної і Центральної Європи через Україну є також привабливою для Ірану. Спільна робота в різних сферах економічного розвитку дозволить ефективно використовувати потенціал міжнародного співробітництва двох країн, і збільшити обсяг товарообігу між ними до 700 мільйонів доларів США в найближчі роки, а в перспективі – до 5 мільярдів доларів США [5].

Проте існують фактори, що заважають успішному розвитку двосторонньої українсько-іранської взаємодії. Одним із таких є недостатній рівень інтеграції обох країн в світове господарство. Ефективному залученню Ірану до інтеграційних процесів перешкоджають: висока залежність від експорту нафти, домінування командно-адміністративних методів управління, монополізм в економіці, низький технічний і технологічний рівень виробництва, деякі аспекти соціально-культурного розвитку, інфляційні процеси і сильне падіння курсу іранської валюти, значне зростання фінансування іранських державних підприємств і т.п. Втягуванню України в інтеграційні процеси перешкоджають відносно низький технічний і технологічний рівень виробництва, низька конкурентоспроможність продукції, сировинна спрямованість експорту, нерозвиненість системи державного управління і принципів менеджменту. Спільними проблемами ефективного залучення обох країн до інтеграційних процесів виступають також рівень митних

\*Статистичні дані Митниці Ісламської Республіки Іран [2].

тарифів обох країн, що є вищим за норми СОТ, висока бюрократія, політичні і законодавчі ризики, вплив третіх країн на двосторонні відносини.

В той же час інтеграція в світовий економічний простір передбачає застосування ринкових принципів організації бізнесу і пріоритету демократичних засад в суспільстві, коли явища і процеси економічного життя визначаються ринковими механізмами, а не силами державної влади, збалансованим бюджетом, відкритістю до інвестицій, стабільністю валюти тощо. У зв'язку з цим важливо усвідомити необхідність поступової інтеграції обох країн у СОТ та інші міжнародні об'єднання, оскільки, можна припустити, що в найближчі роки країни, які не ввійдуть до того або іншого макроінтеграційного об'єднання, опиняться в дискримінаційних торгових умовах, і це істотно стримуватиме процес їх економічного розвитку. Переваги інтеграції не можна буде замінити адміністративними рішеннями державного рівня або релігійними вимогами.

Подальший розвиток торгово-економічних відносин України і Ірану на взаємовигідних основах обумовлений необхідністю рішення ряду організаційно-управлінських завдань, направлених на подолання принципових внутрішніх відмінностей обох країн і негативних чинників зовнішньої дії на їх двостороннє співробітництво [6, с. 145]. В першу чергу це вимагає ліквідації політичних перешкод і впливу третіх країн на розвиток двосторонніх економічних відносин України і Ірану, найшвидшого здійснення ринкових трансформацій, реструктуризації економік і підвищення їх відкритості, зниження митних тарифів, а також зниження бюрократичних перешкод, послаблення політичних і законодавчих ризиків для залучення іноземних партнерів.

Ще одним проблемним моментом подальшого ефективного співробітництва України і Ірану є можливості застосування ринкових механізмів у взаємодії країн з неринковою економікою, зокрема широкого і системного використання інструментів міжнародного маркетингу для обґрунтування методів та напрямів діяльності. Поширення інтенсивних методів виходу та присутності на зарубіжних ринках також вимагає адекватного маркетингового забезпечення, яке сприяє успішному вирішенню типових для міжнародного бізнесу проблем, пов'язаних з:

- акумуляцією та обробкою інформації про можливості міжнародної експансії зарубіжного ринку, аргументацією щодо потенційних цільових сегментів та особливостей можливої бізнес поведінки;
- пошуком та використанням ресурсів і обрахуванням витрат, обумовлених застосуванням певних (найбільш прийнятних) рівнів та видів маркетингових зусиль;
- організацією експортно-імпортної діяльності, інвестицій та контролю.

Це вимагає створення обґрунтованих комплексних міжнародних маркетингових програм, розроблених на основі систематизованих досліджень потенціалу зарубіжного ринку, у відповідності до стадії інтернаціоналізації співробітництва [7, с. 54-60]. Дотримання певної логіки та методики маркетингового аналізу сприяє більш повному та об'єктивному урахуванню впливу окремих факторів і створенню найсприятливіших умов для міжнародного бізнесу. Проте, така діяльність є новою для двосторонніх контактів України і Ірану. На практиці, обмеженням активному застосуванню міжнародного маркетингу є неможливість копіювання існуючих, західних, механізмів маркетингового забезпечення бізнесу через невідповідність економічних систем і базових засад управління. Це вимагає творчого підходу і розробки оригінальних інструментів маркетингового забезпечення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів обох країн, особливих методів формування стратегічних переваг двостороннього співробітництва і посилення конкурентних позицій в досить агресивному міжнародному ринковому середовищі.

Таким чином, для того, щоб інтенсифікувати процес міжнародного співробітництва між Україною і Іраном, необхідно вирішити декілька актуальних проблем. По-перше, важливо визначитися з галузевими пріоритетами експортної діяльності і надавати дієву державну підтримку саме тим товарам, які є перспективними для партнерства. По-друге, необхідно конкретизувати завдання і обґрунтувати необхідні рівні і методи двосторонньої взаємодії. По-третє, зацікавленим підприємствам України і Ірану доцільно зосередити свої експортні зусилля на потенційно перспективних сферах взаємодії з орієнтацією на альтернативних традиційним партнерах. По-четверте, слід підвищити рівень захисту інформації і прав виробників при використанні таких інтенсивних форм взаємодії, як ліцензування і кооперація. По-п'яте, необхідно удосконалювати менеджмент і маркетингове забезпечення зовнішньоекономічної діяльності країн з недостатнім досвідом ринкової діяльності в міжнародному економічному середовищі. А успішне вирішення означених питань приведе до повнішого використання економічного потенціалу обох країн і створенню більш сприятливого середовища їх торгово-економічної взаємодії.

1. Волошин О. Как из ЮКрайна делают Юблейн. Эксперт / Украинский деловой журнал. – 14-20 ноября, 2005. – № 43 (46).
2. Митница Ісламської Республіки Іран / Статистичний щорічник по експорту. – 1993-2003 (перс.).
3. Міністерство виробництва Ірану: <http://www.mim.gov.ir/>
4. Central Asia and The Caucasus, N-41, Spring 2003.
5. Державний комітет статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
6. Czinkota M.R., Raloff P., Ronkainen I.A. International Business, Second Edition. The Dryden Press, Harcourt Brace Colledge Publishers. – Orlando, Fl, 1998.
7. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології: Монографія. – К., 2005.

Надійшла до редакції 17.11.05

В. Шевченко, канд. екон. наук

## ФІНАНСОВА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ: ПЕРЕВАГИ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ФІНАНСОВОГО РИНКУ

*Досліджуються основні теоретичні підходи до змісту та форм фінансової глобалізації. Розглядаються особливості фінансової глобалізації та її вплив на трансформаційні економіки. Оцінюються переваги та виклики фінансової інтеграції для національного фінансового ринку України.*

*The basic theoretical approaches towards the content and forms of the financial globalization are studying. The features of the financial globalization are considering as well as their impact on the transitional economies. The advantages and challenges of the financial globalization for the national financial market of Ukraine are evaluating.*

Фінансова глобалізація проявляється у глобальній інтеграції фінансових ринків, зростанні взаємозалежності національних та міжнародних фінансових ринків та одночасно дисбалансів в міжнародній фінансовій сис-

темі [5, с.109]. Зростання взаємозалежності та інтеграції повинно сприяти ефективні та стабільному функціонуванню фінансових ринків, сталому та збалансованому економічному розвитку. Як відзначав колишній

керівник Федеральної резервої системи США А. Грінспен, фінансова глобалізація повинна забезпечити "глобальну фінансову стабільність та ефективність глобальних фінансових ринків" [4, с.249].

В силу значних змін кон'юнктури світових товарних та фінансових ринків, різних типів валутного регулювання, структурних та регулятивних відмінностей між країнами фінансова глобалізація по-різному впливає на національні фінансові ринки та економічний розвиток різних країн. Ці процеси потребують системного аналізу фінансової глобалізації, незбалансованості та нестабільності.

Аналіз змісту та динаміки фінансової глобалізації в сучасній науковій літературі спирається на різні методологічні підходи. Перший з них – аналіз основних моделей включення національної економіки у глобальну – моделі завершеної глобальної економіки чи модель міжнародної економіки відкритого ринку. В залежності від вибраної моделі відрізняється спосіб взаємодії національної та глобальної економіки та фінансових ринків, фактори та основні показники фінансової інтеграції [1, с.6].

На основі таких моделей результати глобалізації розглядаються з точки зору їх обсягу та масштабів (обсяг національної та міжнародної фінансової ліквідності, динаміка та структура міжнародного руху капіталу, питома вага зовнішніх джерел у формуванні інвестицій країни, валютні активи та зобов'язання країни), так і з точки зору вартісних параметрів (міжнародна різниця у процентних ставках та цінах фінансових активів, залежність валутного курсу від міжнародних фінансових ринків, баланс поточного рахунку та показники валютних резервів та інші).

Другий підхід виходить з того, що основним регулятивним фактором процесу фінансової глобалізації є фінансова лібералізація – зменшення або зняття обмежень на національному та міжнародних фінансових ринках щодо трансграничного руху капіталу. Лібералізація принесла позитивні результати для фінансових систем розвинутих економік у вигляді інтенсифікації міжнародної мобільності капіталу, зростання прямих та портфельних інвестицій. Водночас лібералізація сприяла фінансовим кризам та відтоку капіталу з менш розвинутих країн. Визначальну роль фінансової лібералізації у дисбалансах та фінансових кризах кінця 20-го століття відзначають деякі дослідники, зокрема Нобелевський лауреат Дж. Стігліц [3, с.105-109].

Третій підхід базується на інституціональних принципах та концентрується на інституційних та регулятив-

них ознаках міжнародної фінансової інтеграції. До них, як правило, відноситься міжнародні злиття та транснаціоналізація банків, функціонування міжнародних платіжних систем, діяльність міжнародних бірж та інші. [2].

Фінансову глобалізацію можна визначити як багатофакторний та багаторівневий процес, що формує інтеграцію національних та міжнародних фінансових ринків. Факторами динаміки та диверсифікації форм фінансової глобалізації є:

- випереджаюче зростання обсягів міжнародної ліквідності та мобільності капіталу в порівнянні з світовим ВВП та міжнародною торгівлею;
- перенагромадження фінансової ліквідності та надлишок глобальної пропозиції фінансових ресурсів;
- поширення інформаційних технологій в глобальній фінансовій інфраструктурі, що сприяє інтенсифікації міжнародних трансакцій;
- гармонізація регулятивних умов національних фінансових ринків на основі міжнародних стандартів.

Основними компонентами фінансової глобалізації є:

- інтенсифікація та диверсифікація міжнародної мобільності капіталу, що стимулює трансграничну присутність фінансових інститутів, розвиває міжнародну фінансову інфраструктуру та надає трансграничний доступ компаній до залучень на світових ринках.
- фінансова лібералізація означає зменшення національних та міжнародних регулятивних обмежень на трансграничний рух валютних та фінансових активів, що сприяє інтенсифікації руху капіталу та конкуренції на міжнародних фінансових ринках.
- фінансові інновації – нові технології здійснення валютних та фінансових операцій, нові фінансові продукти на міжнародних фінансових ринках і нові технологічні та інформаційні засоби здійснення міжнародних фінансових трансакцій.
- міжнародна фінансова інтеграція – багаторівневий процес взаємозалежності та взаємопроникнення національних та міжнародних фінансових ринків, структурного та функціонального об'єднання елементів та функцій міжнародних фінансових ринків та системи міжнародних фінансів, які надають їх функціонуванню трансграничного, взаємозалежного та глобального характеру.

Узагальнюючою характеристикою масиву та динаміки фінансової глобалізації є зовнішня інвестиційна позиція (external investment position) – міжнародні активи та зобов'язання країн, що відображають ступінь їх включення (інтеграції) у міжнародні потоки капіталу.

Таблиця 1. Міжнародні активи та міжнародні зобов'язання основних груп країн в 2003 р. (млрд. дол. США)

	Розвинуті країни	Розвиваючі ринки
Зарубіжна активи	36,039	1,849
Зарубіжні активи в % до ВВП	205	99
Зарубіжні зобов'язання	39,039	4,208
Зарубіжні активи в % до зарубіжних зобов'язань	92	44

Примітка: Розраховано за даними: IMF World Economic Outlook. April 2005. Globalization and External Imbalances. – IMF. Washington – 2005, р.111-112.

Масштаб фінансової глобалізації розвинутих країн за співвідношенням їх зарубіжних активів до ВВП значно вище, ніж розвиваючих ринків. При цьому розвинуті країни мають приблизний баланс зовнішніх активів та зобов'язань, тоді як розвиваючі ринки бачать їх суттєвий дисбаланс.

Основною суперечністю фінансової глобалізації є те, що зростання інтеграції міжнародних та національних фінансових ринків супроводжується міжнародною фінансовою незбалансованістю та фінансовою нестабільністю.

Глобальна фінансова нестабільність є результатом переплетіння фінансових та валютних дисбалансів, що в свою чергу обумовлює не передбачувані та реверсивні коливання валютних курсів та фінансових індикаторів,

збільшення ризиків операцій на міжнародних валютних та фінансових ринках.

Міжнародні фінансові дисбаланси мають певну взаємозалежність, а їх стан та динаміка обумовлюють нарощання відмов ринків та неефективність регуляторних заходів.

1. Незбалансованість та значні коливання товарних ринків впливають на дисбаланси ринків валютних та фінансових. Зокрема, постійне зростання цін на нафту та природний газ стає глобальним системним фактором зміни умов зовнішньої торгівлі та обумовлює нестійкість валютних та фінансових ринків.

2. Хронічна незбалансованість поточного рахунку платіжного балансу США разом з дефіцитом бюджету є

основними макроекономічними чинниками нестабільності курсу долару США. В останні роки США повернулися до стану так званого "подвійного дефіциту" – одночасного дефіциту торгівельного балансу США, який у 2004 році оцінюється в 5,1 % ВВП, у комбінації з бюджетним дефіцитом США більше 4 % ВВП [5, с.239]. Зростання цих дефіцитів та їх фінансування за рахунок емісії державних цінних паперів стали основними довгостроковими факторами нестабільності американського долару.

3. Склалася асиметрична динаміка поточного рахунку в міжнародному масштабі – так, у 2004 році поточний рахунок платіжного балансу складав: США – мінус 5,7 % ВВП, азіатські країни – плюс 7,7 % їх ВВП, в тому числі Китай: 4,2 %, Близький Схід: 13,7 %. [5, с. 239, 249, 250] Глобальний платіжний дисбаланс обумовлює нестабільність валютних курсів, системні зовнішні ризики для експортоорієнтованих економік. Прогнози свідчать про продовження тенденції дефіциту поточного рахунку США та потенціалу значного зниження курсу долару. [7, с.27].

4. Незбалансованість нагромадження валютних резервів у світі кардинально змінило їх регіональний поділ. У 1990 році 63 % світових валютних резервів припадало на розвинуті країни, а в 2002 році їх частка скоротилася до 37 %. [6, с.86] Нагромадження валютних резервів країн-експортерів є наслідком фіксованих або регульованих валютних курсів для підтримання високих темпів експорту.

5. Покриття дефіцитів США за рахунок іноземних інвестицій, і в першу чергу азійських країн-експортерів, веде до системної фінансової незбалансованості та взаємозалежності.

6. Фактично створилася асиметричність міжнародної валютої системи: плаваючі курси в розвинутих країнах ставить їх під вплив нестабільного долару, а країни-експортери підтримують фіксовані або прив'язані курси та нагромаджують валютні резерви, тим самим підтримуючи нестабільний долар.

Проявляється тенденція своєрідного розподілу глобальної економіки:

- розвинуті країни притримуються плаваючого курсу – їх економічне зростання відбувається за рахунок інвестицій та внутрішнього споживання, що є більш стійкими факторами, ніж зовнішня кон'юнктура.
- розвиваючі та трансформаційні економіки застосовують політику фіксованого та прив'язаного курсу, їх економічне зростання відбувається переважно за рахунок експорту.

нок експорту готових товарів та імпорту сировини та технологій, та в силу цього залежне від світової товарної та валютної кон'юнктури.

Аналіз валютних ринків та міграції капіталу дозволяє зробити певні висновки щодо їх фінансових наслідків для трансформаційних економік. Прямі іноземні інвестиції спрямовуються на приватизації державних компаній, злиття і поглинання та інвестування у модернізацію, що в силу недокапіталізації активів забезпечує отримання високих прибутків та потенційно збільшення відтоку капіталу у майбутньому. Такий феномен уже проявився у багатьох країнах, що розвиваються. Приватний рух капіталу у формах портфельних інвестицій, кредитів та інструментів боргу – мають нестабільний характер, спричиняють періодичний відток капіталу, що негативно впливає на національні фінансові ринки. Системними вимогами глобальної фінансової інтеграції є: посилення ролі макроекономічної стабільності країн як необхідної передумови притоку капіталу та підтримання ефективності фінансових ринків.

Процеси міжнародної фінансової інтеграції у фінансовому секторі України мають суттєві структурні та регулятивні відмінності.

1. В структурі руху капіталу домінують прямі іноземні інвестиції та вихід на міжнародні ринки облігацій.

2. Фінансові послуги в цілому лібералізуються поступово, особливо це стосується операцій на міжнародних фінансових ринках. За таких умов основною сферою інтеграції є інтернаціоналізація банківського сектору.

3. Фінансовий сектор України є банківсько-централізованим з відносно менш розвинутим небанківським фінансовим сектором та фінансовими ринками. Так, питома вага активів небанківських фінансових інститутів в Україні становить близько 2 % ВВП, тоді як в країнах Центральної Європи він коливається від 20 до 40 %, а в розвинутих країнах від 80 до 250 %. [8]. В Україні небанківські фінансові інституції є недостатньо капіталізованими та не можуть забезпечити ефективне нагромадження та інвестування фінансових ресурсів.

4. Економічна роль фінансового та банківського секторів (активи та постачання фінансових ресурсів до економіки у співвідношенні до ВВП) є значно меншою ніж у розвинутих країнах.

Перспективи інтернаціоналізації банківської діяльності в Україні обумовлені рівнем розвитку банківського сектору відносно потреб розвитку економіки.

**Таблиця 2. Порівняльні показники розвитку банківських систем України та світу (за даними за 2003 рік).**

	Внутрішні кредити банківського сектору, в % до ВВП	Ліквідні зобов'язання в % до ВВП	Відношення банківських ліквідних резервів до банківських активів, %	Різниця процентних ставок по кредитам та депозитам, %
Україна	32,7	35,8	8,9	10,9
Світ	162,1	85,4	11,3	6,3
Країни з середніми доходами	85,3	81,4	10,8	6,3
Україні по відношенню до світу	0,20	0,42	0,79	1,73
Україна по відношенню до країн з середніми доходами	0,38	0,44	0,82	1,73

Розраховано за даними: World Development Indicators 2005. – The World Bank, Washington, 2005 – www.worldbank.org/data/wdi2005

З наведених даних видно, що українська банківська система має відносно нижчий рівень ліквідності та резервів, високі витрати, ніж банки інших країн, в силу чого вона постачає недостатньо кредитів для економіки, а різниця процентних ставок по кредитам та депозитам є в 1,7 разів більше ніж у середньому у світі.

Рівень інтернаціоналізації та капіталізації банківського сектору України значно нижче не тільки від рівня розвинутих країн, але й від рівня країн Центральної та Східної Європи. Частка іноземного капіталу в активах банків складала: в Україні 11 %, тоді як у країнах Центральної Європи вона складає від 70 до 90 % [8].

Євроінтеграційна стратегія цих країн супроводжувалась значними вкладеннями іноземних інвесторів у банківський сектор, що сприяло банківській та фінансовій інтеграції, значному підвищенню ефективності банківського та фінансового секторів. Фінансові послуги в цілому лібералізуються поступово, особливо це стосується операцій на міжнародних фінансових ринках.

Економічні фактори розширення присутності міжнародних банків в Україні є обопільними з боку іноземних банків та українського банківського ринку.

Основними мотивами з боку іноземних банків є: використання конкурентних переваг по обсягу та ціні бан-

ківських послуг, розширення присутності на основних сегментах ринку (кредити, депозити, облігації, приватні клієнти), конкурентна участь у розвитку нових ринкових сегментів (іпотечне кредитування, АДР), використання можливостей отримання більш високих прибутків при досить ефективному управлінні ризиками.

Для українського банківського ринку факторами інтернаціоналізації виступають: потреба у значному збільшенні капіталізації банківського сектору, потреба у збільшенні конкурентної пропозиції більш дешевих та довгих кредитів, потреба у значному збільшенні дешевих та довгих ресурсів для нових сегментів ринку (іпотечне кредитування, лізинг, кредитування муніципального сектору), потреба в лібералізації доступу на міжнародні ринки капіталу, вимоги вступу до ВТО щодо доступу на ринки фінансових послуг.

Перспективи ефективного включення до міжнародної фінансової інтеграції для України означають збільшення притоку фінансових ресурсів, перш за все довгострокових, та розширення кредитних та інвестиційних можливостей. Для використання переваг включення до міжнародної фінансової інтеграції першочергове значення мають наступні регулятивні заходи:

- зняття обмежень щодо присутності та операцій іноземних банків в Україні;
- консолідація небанківського фінансового сектору, підвищення рівня мінімального статутного капіталу

для фінансових, інвестиційних та страхових компаній та лібералізація доступу іноземного капіталу та ринок небанківських фінансових інститутів;

- прискорена гармонізація банківського та фінансового законодавства з європейським, запровадження регулятивних вимог Базельського комітету;
- запровадження строкових фінансових послуг;
- стимулювання коопераційних угод з основними інститутами міжнародних фінансових ринків.

Експортна орієнтація та імпортна залежність економіки України вимагає врахування ризиків глобальної фінансової нестабільності. Прогнозування зовнішніх фінансових шоків повинно стати складовою макроекономічної політики держави та стратегії банків, фінансових інститутів та компаній.

1. Герст П., Томсон Г. Сумніви в глобалізації. Міжнародна економіка і можливості керування. – К., 2002.
2. Луцишин З. Трансформація світової фінансової системи в умовах глобалізації. – К., 2002. – С. 202–203.
3. Стілліць Д. Глобалізація та її тягар. – К., 2003.
4. Greenspan A. The Globalization of Finance. – Cato Journal, vol.17. – no. 3 (Winter 1998).
5. IMF World Economic Outlook. April 2005. Globalization and External Imbalances. – IMF. Washington – 2005.
6. MF World Economic Outlook. March 2003. – Washington, 2003. – P. 86.
7. Mann C. Managing Exchange Rates: Achievement of Global Re-balancing or Evidence of Global Co-dependence. – Business Economics, July 2004.
8. World Development Indicators 2005. – The World Bank, Washington, 2005 – [www.worldbank.org/developmenttalk/2005](http://www.worldbank.org/developmenttalk/2005).

Надійшла до редколегії 14.11.05

Л. Дідківська, канд. екон. наук

## МОДИФІКАЦІЯ КОНКУРЕНЦІЇ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ ПІД ВПЛИВОМ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

*Проведено аналіз суперечливого впливу економічної глобалізації на становлення внутрішнього конкурентного середовища. Показано зміни у розвитку національних конкурентних відносин під дією міжнародної конкуренції. Висвітлено основні проблеми формування ефективного конкурентного середовища відповідно до вимог глобалізації і потреб вітчизняної економіки. Показано роль держави у цьому процесі.*

*The article analyses contradictory impact of economic globalisation on internal competitive environment formation. The modifications of national competitive relation development in the conditions of global competition impact are discussed. The article explains the basic problems of the effective competitive environment formation to the demands of the globalisation and national economy. The role of the state in this process is depicted.*

Необхідно і важливою умовою становлення цивілізованого внутрішнього ринку є формування ефективного конкурентного середовища, під яким розуміємо сукупність інституційних, організаційно-правових, фінансово-економічних та інших умов і факторів, що визначають і впливають на розвиток підприємництва та економічних відносин взагалі. Саме від цієї складової інституційних ринкових перетворень в значній мірі залежить досягнення стратегічної мети реформування економіки України – створення соціально орієнтованої ринкової економіки, яка б на основі розвитку національного конкурентоспроможного виробництва забезпечила гідний рівень життя населення та добробут нації в цілому.

Становлення та розвиток національних конкурентних відносин відбувається за складних умов під дією системи чинників внутрішнього та зовнішнього характеру і детермінується складними й досить суперечливими процесами. Безумовно, визначальним фактором сучасного соціально – економічного розвитку виступає глобалізація, що розгорнулась в останній третині минулого століття, і в силу своєї важливості, багатогранності та складності обумовила виникнення нової науки – глобалістики, стала предметом дискусій фахівців – вчених і практиків різних галузей (екологів, економістів, політологів, соціологів, культурологів тощо).

Щодо глобалізації економічного життя, то вона, пронизуючи всю систему відносин, як на міжнародному, так і національному рівнях, спричиняє суттєвий вплив на їх розвиток, в тому числі і в сфері конкуренції. Можна на-

віть сказати, що глобалізація господарської діяльності є найважливішою ендогенною (для світової економіки) та екзогенною (для національної) детермінантою формування і розвитку конкурентного середовища. Це обумовлено тим, що конкуренція виступає універсальним, апробованим та дієвим регулятором ринкових відносин. За висловом батька "німецького економічного дива" Людвіга Ерхарда, конкуренція є "найбільш ефективним засобом для досягнення добробуту", вона "дає можливість всім людям користуватися господарським прогресом, особливо в їх ролі споживачів. Вона ж знижує привілеї, які не є безпосередньо результатом підвищення продуктивності праці" [1, с. 13]. Саме досконала конкуренція, створюючи рівні умови для всіх суб'єктів господарювання, спонукає до постійного вдосконалення виробництва і комерційної діяльності, науково-технічного та інноваційного розвитку, кращого задоволення зростаючих потреб споживачів і на цій основі забезпечує економічний та соціальний прогрес суспільства.

Як будь-який інший імператив, глобалізація включає в себе безумовні вимоги та необхідні суспільству стратегії розвитку з головними цільовими орієнтирами та базовими умовами. Їх ігнорування на практиці може обернутися величими втратами як для окремих суб'єктів господарювання, так і національних економік та світового господарства в цілому. Для України, яка має вразливе і неадаптоване до сучасних вимог народне господарство, негнучку економіку, слабо інтегрована у світові і європейські ринки (в першу чергу, ринки готової

© Л. Дідківська, 2006

продукції), і, разом з тим, не хоче залишатися на узбіччі світового економічного розвитку, означена проблема є гострою і невідкладною.

Головною вимогою, центральною проблемою, яку на сьогоднішній день висуває глобалізація, є конкурентоспроможність (товарів, підприємств, національної економіки). Проте, практика і місця, які юсідає Україна у міжнародних рейтингах всесвітньо відомих міжнародних організацій (таких, як Світовий економічний форум, Світовий банк, Міжнародний інститут менеджменту і розвитку та інших), свідчать про неготовність більшості вітчизняних товаровиробників і держави в цілому до цивілізованих форм конкурентної боротьби, недосконалість конкурентної політики та неефективність макро – і мікроконкурентного середовища. Так, за методологією Світового економічного форуму (World Economic Forum) за індексом зростання конкурентоспроможності у 2004 р. серед 104 країн Україна займала 86, а за індексом поточної конкурентоспроможності – 69, у 2003 р. – відповідно 84 і 71 місця [2].

Однією з причин такого стану є і недостатня теоретико-методологічна розробленість питань щодо формування інституційно – економічного середовища підприємництва в умовах відкритої економіки. Тому аналіз впливу глобалізаційних процесів на розвиток внутрішнього ринку, виявлення його позитивних і негативних наслідків на формування умов конкуренції є досить актуальним. Про це свідчать дослідження українських вчених, таких як Л. Антонюк, В. Базилевич, О. Білоус, В. Будкін, І. Бураковський, І. Дахно, Д. Лук'яненко, В. Марущак, Ю. Пахомов, С. Соколенко, А. Філєпенко, Т. Циба, А. Чухно та ін., а також роботи російських науковців С. Гладьєва, А. Ельянова, В. Іноземцева, Е. Кочетова, В. Кудрова, Д. Львова, В. Мау, В. Медведєва, С. Шаталова. Але основна увага дослідників прикута до загальних питань глобалізації, її впливу на розвиток національної економіки. Як у вітчизняній, так і зарубіжній літературі практично відсутні роботи, в яких широко і системно висвітлювались би тенденції розвитку конкурентного середовища під впливом міжнародної конкуренції, аналізувались позитивні та негативні зміни. Важливим аспектом також є з'ясування реальних проблем формування вітчизняного конкурентного середовища, пошук ефективних способів їх вирішення, в тому числі і за участю держави. Виявлення глобалізаційних тенденцій і закономірностей, врахування вимог міжнародної конкуренції при виробленні та реалізації державної економічної політики взагалі необхідне для успішного ринкового реформування України, її раціональної інтеграції у світовий економічний простір.

Традиційно глобалізація трактується як продукт інформаційно-комунікаційної революції, що представляє собою сучасний етап інтернаціоналізації господарського життя і особливу стадію інтеграції національних економік на основі становлення нового технологічного способу виробництва, в рамках якої світове господарство набуває якісно нові ознаки [3]. Вона характеризується підвищеною цілісністю світового господарства; різким посиленням взаємозв'язку економік практично всіх країн; тенденцією до гомогенізації (однорідності, подібності); розширенням, поглибленням та диверсифікацією світових господарських зв'язків; формуванням глобальних ринків; посиленням ролі транснаціональних корпорацій, банків, впливових міжнародних організацій як суб'єктів міжнародної взаємодії тощо.

Глобалізація, яка є об'єктивним процесом, спрямована в першу чергу на реалізацію вимог міжнародної конкуренції і обумовлює якісні і кількісні зміни у розвитку конкурентного середовища країни, має як позитивні, так і негативні наслідки. Вона, по – перше, посилює необхідність формування нової економічної системи,

що базується на ринкових методах господарювання, а значить актуалізує роль конкуренції взагалі; по – друге, сприяє інтенсифікації конкуренції, по – третє, диктує більш жорсткі умови конкуренції, і, як наслідок, – модифікує конкурентні відносини всередині країни.

Так, підвищення відкритості національного ринку в процесі лібералізації вітчизняної економіки в умовах розширення та поглиблення світових господарських зв'язків, формування глобальних товарних, фінансових, інформаційних та інших ринків супроводжується зростанням кількості ринків і числа конкурентів, вирівнюванням ринкових, а також політичних, правових, господарських, інвестиційних та інших умов. Все це сприяє зняттю бар'єрів на шляху руху товарів, капіталів, робочої сили, інформації тощо, удосконаленню виробництва та комерційної діяльності за рахунок активного впровадження інновацій та передового досвіду, підвищенню мобільності товарних потоків, прискоренню швидкості обороту капіталу і, як наслідок, – підвищенню ефективності виробництва, виготовленню товарів вищої якості і з меншими витратами, розширенню асортименту продукції, створенню умов для кращого задоволення потреб споживача.

З приходом на внутрішній ринок іноземних фірм конкуренція стає інтенсивнішою, динамічнішою, а в ряді випадків і жорстокішою. Суттєвих змін зазнають форми і методи конкурентної боротьби, зокрема посилюється прихована цінова форма конкуренції (конкуренція "за якістю" і конкуренція "за умовами продажу") та нецінова форми (рекламування товару і фірми, диференціація товарів, надання додаткових послуг, розширення товарного асортименту тощо); активізується конкуренція підприємств на рівні товарів, якими вони торгують; зростає конкуренція між виробниками і торговими посередниками тощо.

Велику роль тут відіграло формування єдиного світового інформаційного простору, стрімке поширення сучасних інформаційних технологій, створення і бурхливий розвиток електронних ринків та електронної торгівлі на базі глобальної мережі Internet. Щодо останньої, то за оцінкою спеціалістів ця віртуальна комерційна мережа у найближчі роки об'єднає більше мільярда користувачів комп'ютерів і буде приносити прибуток більше 1 трлн. доларів у рік. В США в 1999 р. доход від електронної торгівлі склав більше 110 млрд. дол., а у 2008 р. очікується вже більше 900 млрд. дол., в Європі аналогічно 19 млрд. дол. і 300 млрд. дол. [4, с.58]. Результатом цих новацій є посилення конкуренції, значне зниження трансакційних витрат і виробника, і споживача, їх краща поінформованість, застосування індивідуального підходу, надання додаткових видів сервісу без збільшення витрат на обслуговування тощо. Позитивним явищем в Інтернет-торгівлі можна вважати створення однакових конкурентних умов для всіх суб'єктів і появу нових невеликих та агресивних компаній, які можуть на рівних конкурувати з великими, добре відомими фірмами.

Використати переваги глобалізації, впровадити цивілізовані методи конкуренції покликаний франчайзинг, який у країнах з розвиненою економікою застосовується кожною другою фірмою. В сучасних умовах він виступає ефективною формою співпраці підприємств (особливо малих і великих фірм), що служить цілям добросовісної конкуренції. Він дає можливість невеликим фірмам на договірній основі реалізувати якісну продукцію великих компаній (відповідної торгової марки), скористатись нагромадженим досвідом, отримати організаційно-фінансову допомогу, зокрема на впровадження сучасних технологій ведення бізнесу, рекламу, оформлення приміщення, навчання персоналу, надання пільгового кредиту тощо).

Проте розвиток глобалізаційних процесів по-різному впливає на внутрішнє конкурентне середовище: поряд з позитивними тенденціями мають місце і негативні явища – зростання рівня концентрації і посилення процесів мо-

ннополізації; підвищення, а не зниження цін, що пов'язано, наприклад, із величими витратами на рекламу; ціновою дискримінацією тощо. Щодо останньої, то в електронній торговлі у порівнянні із традиційними формами створюються більш сприятливі умови. Так, Internet сприяє кращій поінформованості не тільки споживачів, але і продавців щодо потреб і побажань останніх; дає можливість виділяти споживачів за певними критеріями і встановлювати ціни для певних груп (наприклад, диференціювати групи як індиферентні чи, навпаки, чутливі до зміни цін тощо); оперативно корегувати свою цінову політику. В силу особливих характеристик – невеликої кількості продавців, низьких витрат пошуку і отримання інформації про ціни тощо – електронний ринок полегшує цінову змову, проте не у класичному картельному вигляді. Так, електронна торгівля створює більш сприятливі умови для кооперативного підвищення цін, в результаті чого зростання прибутку може бути не тільки у ініціатора цього підвищення, а і у тих, хто його підтримав.

Серйозною проблемою сучасного розвитку внутрішнього ринку, виникненню якої сприяла також і глобалізація, є значне поширення недобросовісної конкуренції – дій, що суперечать правилам, торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності. В Україні найбільш розповсюдженими проявами недобросовісної конкуренції є дії, пов'язані з неправомірним використанням знаків для товарів і послуг, фіrmового найменування, назв місць походження товарів, тобто дії, наслідком вчинення яких є нанесення шкоди діловій репутації підприємця, а також надання вітчизняному споживачеві контрафактної, неякісної та небезпечної продукції. В останні три роки Антимонопольним комітетом України (АМК), на який покладено основні функції щодо реалізації конкурентної політики держави, захищена від неправомірного використання ділова репутація відомих вітчизняних та закордонних виробників алкогольних виробів, зокрема вина – "MARTINI", тютюнових виробів – "ВАТРА", безалкогольних напоїв – "PEPSI", лікувальної мінеральної води – "Боржомі", парфумерної продукції, припинено порівняльну рекламу, випадки дискредитації господарюючих суб'єктів у торговельній діяльності тощо. В цілому має місце тенденція до збільшення виявлення Антимонопольним комітетом, на якого законодавчо покладено захист економічної конкуренції, фактів порушення законодавства у цій сфері.

Крім того, глобалізація висуває більш жорсткі умови конкуренції. Це пов'язано, зокрема, з посиленням ролі транснаціональних корпорацій (ТНК), крупних банків у світовій економіці, які концентруючи в своїх руках великі фінансово-економічні та організаційні ресурси, здатні суттєво впливати на розвиток конкурентних відносин для

реалізації своїх економічних інтересів. Мова йде про те, що великий капітал здатен забезпечити підвищення ефективності виробництва, створення більш дешевого продукту, краще задоволення потреб споживача на основі застосування і поширення новітніх технологій у виробництві, управлінні та комерційній діяльності, застосування і ефективного використання місцевих ресурсів, придбання акцій іноземних фіrm, застосування інших форм злиття, створення дочірніх компаній, мережі сервісних і дистрибутерських фіrm, використання можливостей долати інституційно-економічні бар'єри тощо. І таким чином диктувати нові, більш високі "стандарти конкуренції".

Проте, поряд з позитивом, ТНК вносять у розвиток конкуренції елементи деструктивізму і навіть загрози для національної економіки. Особливо це стосується держав із слабкою економікою – країн, які знаходяться на периферії соціально-економічного розвитку, а також країн, які, як і Україна, реформують народне господарство. Великі компанії, керуючись егоїстичними мотивами, прагнучи будь – якою ціною виграти у боротьбі з конкурентами, розширити сферу свого впливу і завоювати споживача, здатні до експлуатації дешевої робочої сили та природних ресурсів, консервування технологічної та соціальної відсталості менш розвинених країн, згортання національного виробництва, пригнічення діяльності і банкрутства місцевих підприємств, застосування нечесних правил гри, підкупу і диктату тощо. Серйозну загрозу для внутрішнього конкурентного середовища, пов'язану з експансією ТНК, несе і розвиток недосконалості (монополістичної та олігополістичної) конкуренції, що, зокрема, можна спостерігати на вітчизняному ринку нафтопродуктів.

Отже, вплив глобалізації на розвиток конкурентного середовища, як і на національну економіку взагалі, процес – суперечливий. З однієї сторони, вона, створює широкі можливості для розвитку конкуренції і соціально-економічного прогресу людства. З іншої – породжує відносини суперництва і, навіть, антагонізму між лідерами та аутсайдерами, викликає небачені раніше загрози та ризики, що обумовлено нерівністю конкурентних можливостей суб'єктів, невідлагодженістю ринкових відносин, відсутністю чи недосконалістю національних інституційних механізмів і пануванням ортодоксальних підходів та слабкістю інструментів регулювання міжнародної конкуренції тощо.

Щодо української економіки, то на сьогоднішній день вплив на неї міжнародної конкуренції невеликий, а його інтенсивність залежить від галузі (виду економічної діяльності). Так, за результатами опитування вітчизняних підприємців, найбільший тиск з боку іноземних компаній відчуває промисловість: на кінець 2004 року – 14 % підприємств відчували цей вплив (див. рис.1).

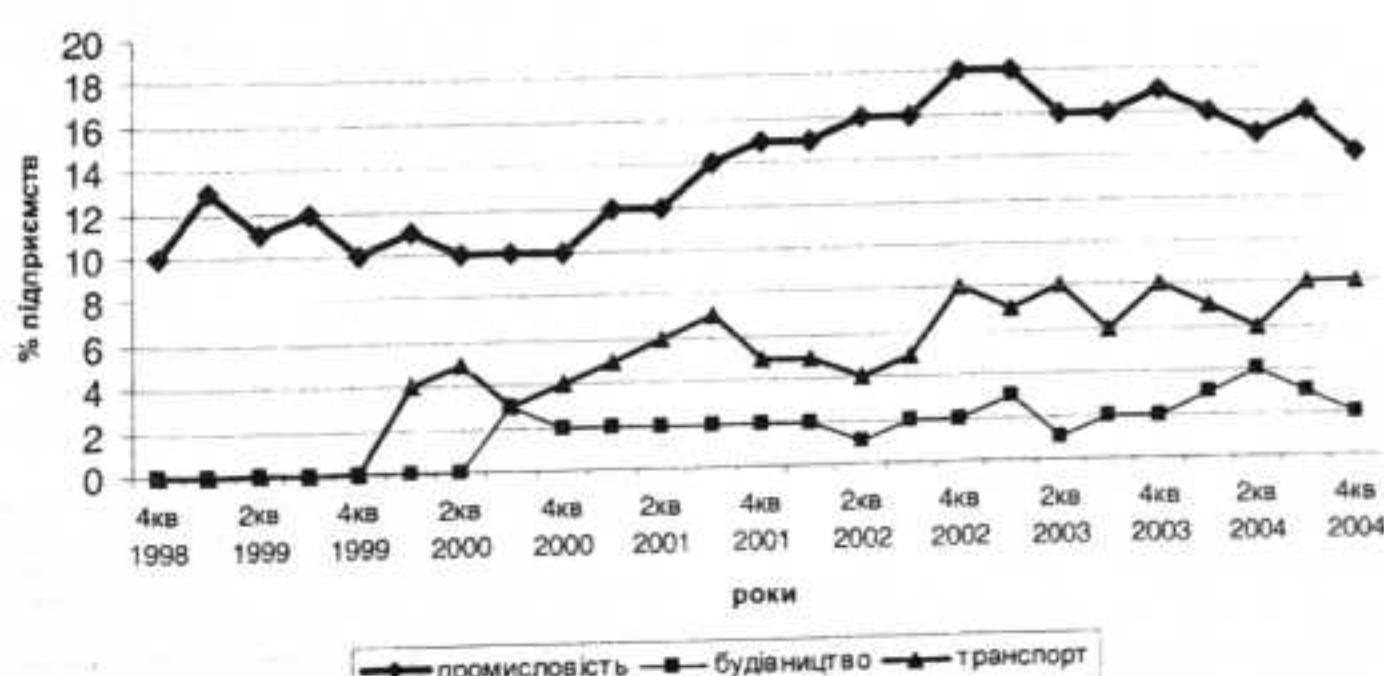


Рис. 1. Вплив іноземної конкуренції на діяльність підприємств

Причому, починаючи з 2001 року спостерігалось зростання впливу, однак у 2003-2004 роках – поступове зменшення. Іноземна конкуренція не належить до факторів, які суттєво впливають на аграрний сектор економіки. Так, у IV кварталі 2004 року тільки 4 % опитаних сільськогосподарських виробників відчували тиск внутрішньої і 1 % – зовнішньої (іноземної) конкуренції [5]. Проте, вступ України до СОТ, інтеграційні та глобалізаційні процеси, як і транснаціоналізація капіталу, є об'єктивними процесами, яким немає альтернативи. Тому актуальним є формування адекватних потребам глобалізації і вітчизняним економічним інтересам моделі конкурентних відносин та механізмів їх регулювання як на національному, так і міжнародному рівнях, здатних забезпечити використання позитивних ефектів та не допустити (зменшити, усунути) негативні соціально-економічні наслідки. І для цього є об'єктивні підстави.

Саме в умовах глобалізованого економічного простору поряд з розбіжністю інтересів суперництва економічних суб'єктів виникають спільні інтереси та цілі, що обумовлюють необхідність взаємодії, співробітництва та об'єднання зусиль окремих компаній, організацій та держав. Можна погодитися, що глобалізаційні процеси спрямовані "...на максимізацію економічної, науково-технічної та культурної взаємодії різних країн незалежно від їх цивілізаційної належності, рівня розвитку і місцевознаходження. Взаємодія, яка по визначенню несе у собі певний інтегруючий початок" [6, 4].

Особливу роль у забезпеченні ефективного співробітництва на сучасному етапі відіграють міжнародні організації – ЮНКТАД, СОТ, ОЕСР, Європейська комісія з питань конкуренції тощо" [7]. Вони створюють узгоджені (єдині) правила взаємодії задля зняття бар'єрів і підвищення ефективності світової, регіональної та національних економік, що посилює їх роль на сучасному етапі соціально-економічного розвитку. В свою чергу спостерігається тенденція до узгодження національних законодавств між собою, їх уніфікація на основі міжнародних норм у сфері конкурентних відносин.

Свідоцтвом посилення співробітництва в умовах глобалізованого світу є активне поширення франчайзингу, тобто співпраці між фірмами, в тому числі іноземними, на основі багаторічної угоди про передачу однією фірмою іншій свого права на використання певного торгового знаку, технології, ноу-хау тощо, про що йшлося вище.

Яскравим підтвердженням сучасних модифікацій у розвитку конкурентних відносин, що безпосередньо пов'язані з глобалізацією, є активний розвиток кластерів. Сьогодні у світовій економіці конкурують не децентралізовані підприємства, а кластери, групи підприємств, що організовані на зразок мереж, до складу яких поряд з виробничиками, постачальниками спеціалізованих факторів виробництва, сервісними і фінансовими структурами можуть входити фірми, які працюють з каналами збуту чи споживачами, торговельні асоціації та інші спільні структури державного і приватного сектора, що підтримують членів кластера. Просторове охоплення і щільність глобальних та міжнаціональних взаємозв'язків утворюють складне павутиння і мережеві структури зв'язків між суспільством, підприємствами, державними установами, громадськими організаціями, а також ТНК, які формують новий глобальний порядок.

Формування кластерів відбувається на засадах кооперації та конкуренції, що є їх характерною особливістю і причиною ефективності: учасники кластеру не є конкурентами, і об'єднання їх зусиль у вирішенні проблем не призводить до обмеження конкуренції, навпаки, вони

реалізують спільні можливості, доповнюючи один одного. М. Порттер вважає, що "конкуренція і кооперація можуть співіснувати завдяки тому, що вони відбуваються у різних площах і між різними учасниками; об'єднання в одних сферах допомагає успішно вести конкурентну боротьбу в інших" [8, с. 231]. Кооперація, як правило, відбувається по вертикальні – шляхом інтеграції споріднених галузей і місцевих інститутів. Конкуренція ж ведеться за споживача на основі пошуку способів кращого задоволення його потреб.

Відносини, які імплантує кластери, обумовлюють більш динамічне ведення конкуренції, оскільки свої конкурентні переваги вони реалізують не стільки за рахунок традиційного інструментарію – мінімізації витрат на основі відносних переваг у факторах виробництва (капітал і робоча сила) і економії від масштабів виробництва. Підвищення продуктивності і посилення конкурентоспроможності забезпечується іншими чинниками. Це, зокрема, доступ до інформації і спеціалізованих фактів, здатність продукувати і реалізувати інновації, вести конструктивний і ефективний діалог із спорідненими компаніями і їх постачальниками, з урядом, а також іншими інститутами і особливо – синергетичний ефект від взаємодії і взаємодоповнення учасників кластеру. Тому сьогодні кластери стали центрами зростання, джерелом багатьох інновацій.

Отже, цілком віправданим є сучасне трактування конкуренції не тільки як зіткнення, боротьби суб'єктів господарювання<sup>1</sup>, але і як специфічної форми співіснування, співробітництва бізнесових структур [9, 33]. Причому не тільки стосовно конкуренції на внутрішньому ринку, але і в сфері міжнародних відносин. Як бачимо, аналіз суперечливої природи впливу глобалізаційних процесів, міжнародної конкуренції на сучасний соціально-економічний розвиток це підтверджує.

Цей теоретичний висновок можна екстраполювати і на аналіз поняття "конкурентоспроможність". Як уже підкреслювалось, головною і універсальною вимогою глобалізації виступає конкурентоспроможність (країни, регіону, окремого підприємства), яку трактують як стійкий стан економічного суб'єкта, обумовлений інституційними, економічними, політичними та іншими чинниками, який дозволяє формувати та реалізувати його конкурентні переваги. Проте теза, що "в умовах відкритої економіки це поняття може бути також визначене як здатність країни, регіону, господарства протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку і на ринках "третіх країн" [10, с. 40], може бути уточненою.

Така точка зору, на наш погляд, відображає тільки одну сторону існування реалій глобалізованого світу, що пов'язана із розумінням конкуренції як зіткнення і боротьби. Інший його аспект характеризує світове господарство як економічний феномен, в якому постійно зростає роль взаємодії та зв'язків у ключових сферах суспільної діяльності. Тут роль конкуренції (як специфічної форми цієї взаємодії) заключає у собі позитивний імпульс, конструктивну функцію, служить каталізатором прогресивних соціально-економічних явищ і процесів: зростання продуктивності праці, підвищення ефективності виробницт-

<sup>1</sup> У вітчизняній економічній літературі конкуренція (економічна конкуренція) визначається як економічне суперництво (змагання) суб'єктів господарювання. Аналогічним є і піофіційне трактування: "змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку" (стаття 1 Закону України "Про захист економічної конкуренції" від 11 січня 2001 року № 2210-Ш).

ва, покращення становища споживача тощо. Тому більш коректним, на нашу думку, є визначення конкурентоспроможності як "ступеню (міри), за якого країна може за умов вільних і чесних ринкових відносин виробляти товари і послуги, здатні задовольняти потреби світових ринків, і одночасно підтримувати і підвищувати протягом тривалого часу реальні доходи населення" [11].

Означені методологічні підходи до трактування категорій, на нашу думку, мають не тільки теоретичне значення, але і практичну актуальність. Оскільки умови і стан конкуренції є визначальними детермінантами мікро- і макроконкурентоспроможності, а головна роль у формуванні конкурентного середовища належить державі, то його ефективність визначається домінуючою ідеологією та реальними механізмами реалізації. Щодо концептуальних засад, то створення внутрішнього конкурентного середовища в сучасних умовах, на нашу думку, має бути спрямоване на формування організаційно-правових, політико-інституційних та фінансово-економічних умов, здатних забезпечити реалізацію економічних інтересів і конкурентних переваг країни та окремих суб'єктів господарювання – виробництво товарів і послуг, що відповідають вимогам якості та ціновим параметрам світового ринку. Конкурентні переваги ми розглядаємо як наявність специфічних ресурсів, використання яких за відповідних умов дає можливість отримати додатковий ефект завдяки нижчим витратам на одиницю продукції.

При цьому в процесі реалізації державної економічної політики у цій царині важливим є дотримання наступних принципів: врахування вимог глобалізації і формування умов для реалізації переваг та потенціальних можливостей міжнародної конкуренції, зміна інституційного середовища відповідно до міжнародних стандартів, створення рівних умов конкуренції для всіх економічних суб'єктів; створення та захист мотиваційних можливостей внутрішнього конкурентного середовища, посилення конкурентних вимог до національних товаровиробників, раціональні протекціоністські заходи держави щодо їх підтримки; збалансування державних та ринкових інструментів регулювання; забезпечення реалізації приватних інтересів в інтересах суспільства, використання переваг глобалізації для вирішення внутрішніх потреб соціально-економічного розвитку; стримання руйнівного впливу геоекономічного середовища на нестійкий та вразливий внутрішній ринок; активізація міжнародної діяльності щодо захисту своїх національних інтересів тощо.

Щодо конкретних кроків по створенню ефективного вітчизняного конкурентного середовища, то першочерговими заходами виступають: вдосконалення українського законодавства шляхом усунення правових ніш і колізій, узгодження та гармонізації вітчизняного законодавства і практики з принципами і нормами у сфері міжнародних конкурентних відносин; стимулювання прогресивних соціально-економічних зрушень задля розвитку конкуренції, усунення чи обмеження негативних тенденцій, зокрема боротьба з проявами монополізму та недобросовісної конкуренції; захист внутрішнього ринку від фальсифікованої, неякісної та небезпечної продукції, удосконалення державного захисту прав споживачів; ліквідація умов та зменшення масштабів тіньового сектору, який створює умови для розподілу ринків, встановлення узгоджених дій, виникнення цінових картелів (зговорів щодо цін), зловживання ринковою владою, шахрайства; створення умов для формування, розвитку та управління конкурентними перевагами країни; встановлення високомотиваційних умов розвитку для всіх суб'єктів господарювання, заохочення

інноваційно-інвестиційної діяльності; реальна deregуляція та де бюрократизація економіки, боротьба з корупцією; сприяння формуванню ефективних господарських структур, в тому числі кластерного типу; потужних національних компаній, здатних протистояти конкуренції іноземних фірм як на внутрішньому, так і на глобальному ринках; забезпечення оптимального балансу між рівнем концентрації і станом конкуренції; проведення постійного моніторингу конкурентного середовища, вивчення світових тенденцій розвитку світового ринку і міжнародної конкуренції задля оперативного коригування регулюючих механізмів; участь України на паритетних засадах у діяльності міжнародних та регіональних організацій і установ, інтегрування у структури світової економіки тощо.

Безумовно означені принципи, як і заходи по реалізації державної політики, є суперечливими. Так, з однієї сторони, під тиском вимог міжнародної конкуренції держава повинна створити рівні умови для всіх економічних суб'єктів (національних та іноземних), з іншої, керуючись національними інтересами, в умовах слабкості внутрішнього ринку – захистити національного товаровиробника.

Щодо протекціоністської політики держави, тобто політики спрямованої на захист національної економіки, підтримку вітчизняного товаровиробника, тут виникає ряд дискусійних моментів. По-перше, вона суперечить основним правилам міжнародної конкуренції: на відміну від політики фрітредерства (політики вільної торгівлі, лібералізму) вона створює бар'єри для вільного переміщення товарів, капіталів і т.п., модифікує (іноді спотворює) конкурентне середовище. По-друге, цей вид політики має як позитивні, так і негативні наслідки для національної економіки. З однієї сторони, підтримуючи вітчизняного товаровиробника, держава забезпечує йому створення стратегічних переваг, зміцнення його позицій на чужих ринках і таким чином сприяє підвищенню конкурентоспроможності національних товарів на світовому ринку, збільшення доходів від експорту. З іншої сторони, створення "парникових" умов для національних суб'єктів господарювання обумовлює і негативні процеси: зміцнення ринкової влади окремих підприємств, можливість зловживання монопольним (домінуючим) становищем; паразитизм, відсутність мотивації до вдосконалення, деградація економічного і науково-технічного розвитку; зменшення фінансових можливостей країни для соціальної та іншій видів державної політики; посилення корумпованості державного апарату, адекватні (антидемпінгові) заходи зарубіжних країн (торговельних партнерів) тощо.

Діяльність українських товаровиробників в умовах відкритої економіки, їх адаптація до жорстких умов конкуренції у довгостроковій перспективі призведе до переворотів вітчизняного виробництва на випуск конкурентоспроможної продукції. Це буде мати позитивні наслідки для розвитку внутрішнього ринку і дозволить зайняти країні більш вигідні позиції на зовнішніх ринках. Отже, у перспективі і в цілому вигоди від економічної конкуренції будуть більшими, ніж вигоди державного протекціонізму. Тому, здійснюючи соціально ринкове реформування економіки, в тому числі формування умов конкуренції, держава повинна проводити раціональну протекціоністську політику – підтримка має бути прозорою, цільовою, з точною прорахунками позитивними і негативними наслідками, на основі критерію економічної ефективності, надаватись на короткий термін (2-3 роки).

Разом з тим, прерогативою держави є захист національної економіки від недобросовісної іноземної конку-

ної) практики, зловживання ринковою владою з боку іноземних ТНК тощо. В цілому ж урівноважена, креативна і превентивна економічна політика української держави щодо створення конкурентного середовища, адекватна сучасним вимогам глобалізації і потребам вітчизняної економіки, побудована на забезпечені балансу інтересів економічних суб'єктів, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності на всіх рівнях, раціональній інтеграції країни у світовий економічний простір.

Таким чином, розглянувши питання формування та розвитку внутрішнього конкурентного середовища в сучасних умовах, можемо зробити висновок, що глобалізація виступає його найважливішою екзогенною детермінантою, яка спричиняє модифікацію конкурентних відносин у національній економіці. Причому її вплив на розвиток конкуренції здійснюється за багатьма напрямами і носить суперечливий характер. З однієї сторони, під впливом міжнародної конкуренції має місце значне зниження витрат, підвищення ефективності суспільного виробництва, краще задоволення потреб споживача, що свідчить про соціально-економічний прогрес. З іншої, глобалізаційні процеси, посилення ролі і домінування ТНК, що їх супроводжують, мають наслідком загострення конкурентної боротьби і обумовлюють серйозні загрози і втрати, особливо для країн із слабкою економікою, до яких відноситься і Україна.

Аналіз суперечливої природи впливу глобалізації на сучасний соціально-економічний розвиток дає підстави стверджувати, що більш точним визначенням економічної конкуренції є її трактування не тільки як зіткнення і змагання, але і як взаємодія та співробітництво різних суб'єктів (держав, організацій, бізнесових структур тощо). Це зумовлено тим, що у світі, що глобалізується, об'єктивно виникають не тільки розбіжності, але й спільні потреби і цілі. Серед останніх – використання переваг міжнародної конкуренції та усунення негативних наслідків глобалізації. Збалансувати ці два процеси

можливо на основі створення ефективних національних і міжнародного механізмів регулювання конкуренції, які б забезпечили гармонізацію інтересів економічних суб'єктів, загальний соціально-економічний прогрес.

В цьому контексті активна діяльність української держави щодо створення нової економічної моделі і формування належних умов конкуренції на основі врахування вимог глобалізації і національних інтересів, в першу чергу – забезпечення конкурентоспроможності на всіх рівнях, створення та захист мотиваційних можливостей внутрішнього конкурентного середовища, здоровий державний протекціонізм, протистояння недобросовісній конкуренції є запорукою утвердження України як демократичної європейської держави, динамічного економічного зростання та підвищенню добробуту громадян країни.

1. Эрхард Л. Благосостояние для всех. – М., 1991. 2. <http://www.weforum.org/pdf/gcr/ExecSummFinal>. 3. Медведев В. Глобализация экономики: тенденции и противоречия // Мировая экономика и международные отношения. – 2004. – № 2. – С. 3; Чухно А.А. Актуальні проблеми стратегії економічного і соціального розвитку на сучасному етапі // Економіка України – 2004 – № 4. – С. 22; Эльянов А. Глобализация и догоняющее развитие // Мировая экономика и международные отношения. – 2004. – № 1. – С. 4–5. 4. Зуев А., М'ясников Л. Электронный рынок и "новая экономика" // Вопросы экономики. – 2004. – № 2. 5. Бюллетень обстежень ділової активності підприємств України. – К., 2004. 6. Ульянов А. Глобализация и догоняющее развитие // Мировая экономика и международные отношения. – 2004. – № 1. 7. Дідієська Л.І. Формування міжнародної системи регулювання конкуренції // Економіст – 2005 – № 9. 8. Портер М. Конкуренція. – С.-Пб., М., К., 2000. 9. Шнілко О.С. Конкуренція як специфічна форма конфлікту та співіснування суб'єктів ринку // Економіка і прогнозування – 2005. – № 1. 10. Бутлю М. Інвестиційні аспекти підвищенння конкурентоспроможності економіки // Економіка України. – 2004. – № 4. 11. Global Competitiveness Yearbook, 2001. – Р. 43.

Надійшла до редакції 08.11.05

Т. Гайдай, канд. екон. наук

## ТЕОРІЯ ІНСТИТУЦІЙНОЇ ЗМІНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНОГО ВИБОРУ УКРАЇНИ

**Стаття присвячена висвітленню концептуально-методологічних підходів сучасної інституційної теорії до розкриття суті, механізму та суперечностей реалізації інституційної зміни у процесі економічного реформування та наближення транзитивної економіки до стандартів євроінтеграції.**

**The article is devoted to investigation of conceptual and methodological approaches in institution theory to research of institutional change content, mechanism and contradictions under economic reformation and movement to European integration of countries in transition.**

**Постановка проблеми.** Розвиток України в умовах державної незалежності ознаменований пошуком адекватних форм її повноправної інтеграції у сучасні цивілізаційні процеси, включення в світогосподарські економічні зв'язки, входження у європейський економічний простір. Саме тому останнім часом Україна все більш активно позиціонує себе як самостійний суб'єкт зовнішньоекономічних відносин. Якісно новим етапом її подальшого міжнародного поступу стало не тільки підтвердження, а і переведення у практичну площину стратегічної мети економічного розвитку – поступової інтеграції України до Європейського Союзу, а в перспективі – набуття нею статусу його повноправного члену.

Реалізація євроінтеграційної стратегії в категоріях сучасної інституційної теорії полягає у здійсненні системних інституційних перетворень, які б відповідали критеріям і вимогам до країн, що прагнуть стати членами Євросоюзу. Теоретико-методологічною основою пізнання сутності та природи цих перетворень є сучас-

на інституційна теорія, зокрема її вагома складова – теорія інституційної зміни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує, що наукова розробка концептуальних основ інституційної зміни здійснюється провідними представниками різних течій сучасної інституційної економічної теорії – Д. Нортом, О. Вільямсоном, М. Ослоном, Дж. Кембеллом, Дж. Ходжсоном та ін. Творчу адаптацію та розвиток теорії інституційної зміни стосовно умов транзитивної економіки здійснюють такі російські вчені, як А. Олейнік, А. Шастітко, А. Аузан, Р. Капелюшников, Р. Нуредін, В. Полтерович, а також українські дослідники, які працюють в галузі інституційної теорії, – С. Архірєєв, А. Гриценко, В. Лагутін, А. Маслов, Ю. Павленко, В. Таразевич, О. Чаусовський та ін.

Слід зазначити, що наукова проблематика інституційної зміни у контексті зовнішньоекономічних процесів особливо актуалізується в умовах динамізації економічних зрушень під впливом глобалізації, на що, зокрема,

звертає увагу автор фундаментальної монографії "Інституційна зміна та глобалазація" (2004) Дж. Кемпбелл [3, с. 3]. Саме тому, на наш погляд, подальшої ґрунтовної теоретичної розробки потребують складні проблеми реалізації інституційних змін транзитивних економік в умовах реалізації їх європейського вибору.

*Дослідження проблеми та наукові результати.* Стратегія європейського вибору конкретизує вектор здійснюваних в Україні трансформаційних зрушень, надає їм комплексного, масштабного та системного характеру. Це також потребує поглиблення та динамізації економічних реформ: формування сучасної економічної системи ринкового типу з ефективним механізмом державного регулювання та соціальною орієнтованістю економічного розвитку. Йдеться про становлення нової структури економічних відносин, елементів нового ринкового середовища та адекватної інституційної системи.

Слід зазначити, що інституційна система економіки – це впорядкований набір інституцій, які формують рамки певної системи координації економічної діяльності та обумовлюють тип економічної системи. Сучасні теоретичні інтерпретації економічного змісту інституцій представниками досить чисельних та розгалужених течій інституційного напряму попри часткові розбіжності в дефініціях в цілому сходяться у спільному визначенні її змісту. Інституції становлять сукупність норм і правил економічної взаємодії економічних суб'єктів та соціальних груп, якими задаються відповідні рамкові обмеження реалізації економічної мотивації, поведінки, виборів, відносин та процесів. Так, у своїй відомої праці "Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки" (1990) Д. Норт зазначає, що інституції організують взаємодію між людьми, зменшують економічну невизначеність за допомогою структурування повсякденного життя, а також передбачають систему механізмів, що забезпечує їх виконання [1, с. 12]. Лідер альтернативної течії – сучасного традиційного (вебленівського) інституціоналізму – Дж. Ходжсон у фундаментальній монографії "Економічна теорія та інституції: Маніфест сучасної інституційної економічної теорії" (1988) розглядає "інституції в основному як довговічні системи правил, що склалися та укорінилися, що надають структуру соціальним взаємодіям" [2, с. 11].

Разом з тим, інституційна структура економіки будь-якого типу, з погляду різних гілок інституційної теорії, складається із сукупності неформальних (традицій, звичаїв, культури) та формальних (офіційних, правових) інституцій. І в цьому представники основних течій інституціоналізму єдині. Так, Д. Норт (новий інституціоналізм) дотримується чіткого структурування інституцій на неформальні (неофіційні, неправові) та формальні, які є результатом їх юридичного, правового закріплення та відповідним організаційним втіленням [1, с. 19, 51-52, 63-64]. За Дж. Ходжсоном (сучасний традиційний інституціоналізм), у поняття інституцій також включаються, по-перше, як норми поведінки та соціальні конвенції, так і, по-друге, юридичні та формальні правила [2, с. 11].

Саме такий підхід до структурування інституцій став переважаючим і поділяється більшістю представників інституціоналізму. Зокрема, Дж. Кемпбелл зазначає: "Інституції є фундаментом соціального життя. Вони складаються з формальних та неформальних правил, механізмів спостереження та примусу до їх дотримання" [3, с. 1]. Автори монографії "Інституції та економічна теорія. Внесок нової інституційної економічної теорії" (1998) Е. Фурубот та Р. Річтер під інституціями так само розуміють набір формальних та неформальних правил, а також спонукальних заходів до їх дотримання [4, с. 6].

Завдання практичної реалізації євроінтеграційної стратегії України потребують визначення основної траєкторії інституційних змін. Вона передбачає довготривалий та послідовний рух українського суспільства в напрямі максимального реального наближення до європейських зразків економіки, соціальної та політичної сфер, права, системи державного управління тощо. В перспективі повноправне входження України в європейське співтовариство стане можливим лише за умов досягнення нею високого рівня співрозмірності, адекватності існуючих інституційних рамок інституційному середовищу країн Євросоюзу. Цьому передуватиме достатньо тривалий період серйозної наполегливої праці по приведенню у відповідність вітчизняної інституційної системи з європейськими параметрами.

*Механізм інституційних змін* реалізується двома основними способами: еволюційним шляхом (у випадку еволюційно-генетичного становлення та розвитку інституційної системи) та шляхом інституційного запозичення (в ході реформування). Еволюційним шляхом відбувається поступальний кумулятивно-еволюційний розвиток тих національних економік, що не зазнавали суттєвих та довготривалих відхилень від траєкторії природного розвитку. Прикладом є сучасні високорозвинуті економіки ринкового типу країн Європи та Північної Америки. У випадку транзитивних (перехідних, постсоціалістичних) економік йдеться про стислі у часі інтенсивні зміни, про технології активного реформування, що реалізуються, як правило, шляхом інституційних запозичень. Тим більше, коли мова йде про свідоме наближення до інституційного в нормування за існуючими зразками та вимогами країн ЄС.

Ситуація свідомого реформування економічної системи України передбачає саме другий спосіб реалізації інституційних змін. Цей шлях стає провідним з огляду на визначення Україною для себе, а також Європою для України шляхів наближення до загальноєвропейських системних параметрів. Він полягає у здійсненні інституційних інновацій і реалізується у формі так званого імпорту (запозичення) інституцій, оскільки природне еволюційно-генетичне становлення ринкової економіки є довготривалим історичним процесом, що зазвичай охоплює цілі століття.

Сценарій імпорту інституцій полягає у заміні формальних інституційних рамок вже існуючими відомими інституційними зразками. Зокрема, під імпортом ринкових інституцій розуміється відтворення у вітчизняній економіці інституційних зразків, які переважають і добре себе зарекомендували в країнах Європи з розвинутою ринковою економікою. Цей варіант інституційних змін є набагато складнішим і об'єктивно більш суперечливим. По-перше, він не наслідує, а змінює попередню траєкторію розвитку. По-друге, передбачає складну взаємодію старих неформальних інституцій, що несуть ознаки минулого господарського досвіду, з новоствореними формальними інституційними рамками. По-третє, цей варіант інституційних змін актуалізує роль держави, оскільки саме за нею фіксується багато вирішальних функцій: – санкціонування вибору оптимальної інституційної моделі; – організаційно-правове забезпечення та реалізація цього процесу; – відстеження його результативності; – здійснення потрібного корегування та усунення негативних наслідків.

Складність та суперечливість цього процесу знаходить втілення у постановці широкого кола нових теоретичних проблем: інституційних ризиків, інституційних пасток, інституційної адаптації, інституційних спрощень, компромісів, ринку інституцій та ін. [5, с. 293-299; 6]. Це обумовлює орієнтацію дослідників на

пошук більш органічних (не механічних) шляхів інституційного проектування. Так, російські вчені ставлять питання не про запозичення (імпорт) інституцій, а про їх вирощування (культивування) на власному етно-національному та соціо-культурному ґрунті [7, с. 37].

Рух національної економіки в напрямі євроінтеграції – це також складна та відповідальна задача пристосування нових інституційних рамок до національно-історичних та соціально-економічних особливостей вітчизняної господарської системи. Результативність інституційного реформування обумовлена ступенем взаємовідповідності або конгруентності існуючого та пануючого в країні неформального інституційного середовища з новими імпортованими інституціями. Цей найбільш суттєвий та складний аспект потребує детальнішого розгляду.

Річ у тім, що інституційна структура транзитивної економіки формується сукупністю старих (спадкованих від попередніх етапів історичного розвитку) та нових (продуктованих інституційним реформуванням) формальних та неформальних інституцій. Останні представляють собою традиції, усталені звичаї, неписані кодекси поведінки, релігійні культури, моральні та етичні норми, господарську етику, культурну спадщину, ментальність тощо. За Дж. Ходжсоном, вони визначають соціальну організацію, "яка через традицію, звичай ... формує довготривалі рутинізовані схеми поведінки" [2, с. 37]. У даному контексті під рутиною розуміється стійкість, інертність, малорухливість в історичному часі, постійна відтворюваність елементів інституційного середовища. Неформальні інституції надають інституційному середовищу таких якостей, як стійкість, інертність, постійна відтворюваність забезпечується генетично спадкоємність набутків історичного та національно-культурного розвитку людських спільнот.

Зрозуміло, що взаємна конгруентність неформального інституційного середовища, що лишилось після командно-адміністративної системи, та новостворюваних формальних інституцій достатньо низька. Цим обумовлена порівняна складність та суперечливість здійснення інституційних інновацій. Проблема поглибується зазвичай більш інертною, консервативною природою неформальних, неофіційних обмежень, тобто звичаїв, традицій, норм поведінки, які не можуть змінитись водночас. Як зауважував Т. Веблен, "звичний образ мислення людей, ... має тенденцію подовжувати власне існування невизначеного довго" [8, с. 202].

Для переходної економіки є важливим, в якій мірі нові інституційні рамки є сумісними з існуючими неформальними інституціями [9, с. 65]. Можливі різні варіанти їх взаємодії: по-перше, конвергенція – тобто сходження, зближення старих та нових інституційних норм; оптимальним результатом є позитивна або еволюційна конвергенція, що обумовлює дієздатність нових, імпортованих інституцій; по-друге, можлива негативна конвергенція – часткова інституційна несумісність, результатом якої стають неефективні, недієздатні інституції; потретє, дивергенція – тобто повне розходження, несумісність старих і нових траекторій інституційного розвитку; оскільки, на жаль, прояви подібної дивергенції мають місце і в економічній системі України, як і ряду постсоціалістичних країн, вони мають стати предметом окремого вивчення вітчизняними економістами.

Повільність ходу та суперечливість наслідків ринкової трансформації в Україні в своїй основі коріниться у неконгруентності неформального інституційного фону та імпортованих (формальних) ринкових інституцій. Суттєвим ускладнюючим та гальмующим фактором на цьому шляху є процес суперечливої взаємодії нових інституційних утворень ринкового типу із укоріненими

від командно-адміністративної системи традиціями, звичаями, нормами господарської етики, рисами економічної ментальності.

Проявом суперечливої взаємодії формальних та неформальних інституцій є виникнення на руїнах командно-адміністративної системи ознак "проміжного" типу ринкової економіки – тобто такої, що має формальні атрибути ринку (інституційне імітування), але реально не функціонує за ринковими законами та принципами (відсутність конкуренції як основного регулятора ринкових процесів, рівного доступу в галузі, та до економічних ресурсів, повної відкритості ринкової інформації, рівновіддаленості від державно-урядових структур, справжньої підприємницької мотивації тощо). Інституційні дефекти появляються у домінуванні регіональних та галузевих олігархічних угрупувань, надмірної концентрації влади та власності; зрощуванні фінансово-промислової та державно-бюрократичної еліт. Ці явища та шляхи їх подолання мають стати об'єктами ретельного та неупередженого дослідження позитивної та нормативної економічної теорії.

Дефектна інституційна структура не дозволяє використати переваг та стимулів, властивих ринковому устрою, оскільки характеризується сильною державною регламентацією, залежністю держави від елітарних угрупувань, їх змаганням за отримання привілеїв у вигляді субсидій, "ринку" податкових та інших пільг тощо. Подібна економіка, зберігаючи ознаки як ринкової, так і командної, не є ні тією, ні іншою, а її економічна ефективність виявляється набагато нижчою порівняно з ринковою та плановою економічними системами. Тому послідовне послаблення та зрештою усунення наявних негативних ознак сприятиме створенню умов для ефективного економічного розвитку.

**Висновки та пропозиції.** Таким чином, проголошення Україною європейського вибору та стратегічна орієнтація на інтеграцію в європейську спільноту визначає загальну інституційну спрямованість її розвитку. Європейський вектор українського розвитку передусім актуалізує інституційний аспект трансформаційних перетворень економічної системи України в напрямі створення, а не імітації, реального та ефективного ринкового середовища.

Стратегічна мета інституційних перетворень в Україні – це формування інституційної системи ринкового типу відповідно параметрам та вимогам європростору. Транзитивні економіці властивий варіант інституційних змін шляхом імпорту інституцій, що є найбільш складним і суперечливим. Необоротність, глибина та наповненість реальним змістом інституційних змін на шляху до євроінтеграції обумовлена ступенем взаємовідповідності та суперечливості існуючого неформального інституційного середовища та впроваджуваних в ході реформування нових інституційних рамок. Цей визначальний аспект інституційної динаміки потребує подальшого ретельної теоретичної розробки.

- Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки. – К., 2000.
- Ходжсон Дж. Економическая теория и институты: Манифест современной институциональной экономической теории. – М., 2003.
- Campbell J.L. Institutional Change and Globalization. – Princeton and Oxford: Princeton University Press, 2004.
- Furuboth E.G. Richter R. Institutions and Economic Theory. The Contribution of the New Institutional Economics. – The University of Michigan Press, 1998.
- Інституціональна економіка: нова інституціональна економіческа теорія / Под. ред. А.А. Аузана. – М., 2005.
- Лоптерович В. Трансплантація економіческих інститутів // Економическая наука современной России. – 2001. – № 3.
- Кузьмінов Я., Радаєв В., Яковлев А., Ясин Е. Інститути: от заимствования к виращиванию (опыт российских реформ и возможности культивирования інституційних изменений) // Вопросы экономики. – 2005. – № 5.
- Верлен Т. Теория позднього класу. – М., 1984.
- Dallago B., Brezinski H., Andreff W. Convergence and System Changes. The Convergence Hypothesis in the Light of Transition in Eastern Europe. – Dartmouth, 1992.

I. Мазур, канд. екон. наук

## ОСОБЛИВОСТІ ТІНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ В РОЗВИНЕНІХ КРАЇНАХ: ПРОСТОРОВО-ЧАСОВИЙ АСПЕКТ

*Розглядається спадковість та надбання сучасних ознак тіньової економіки розвинених країн в процесі компресії часових і просторових дистанцій в умовах глобалізації*

*Heredity and acquisition of some features of shadow economy in developed countries are considered during the compression of the time and space distances in conditions of the globalization.*

Аналізуючи процеси глобалізації ми бачимо, що такі явища як інформаційна та комунікаційна революція призвели до цілого ряду соціально-теоретичних концепцій суспільства, які змінюють нашу уяву про поняття – простір, час, дії і т.ін. Так, у свій час Д. Харвей [1] висловив думку відносно глобалізаційних процесів, як процеси компресії (утиску) часових та просторових дистанцій. Насправді, відстані, що долалися конвенціональними (у відповідності із традиціями) засобами пересування – днями, тижнями, місяцями, сьогодні долаються за години.

"Утикання" часу призводить до мультиплікаційного ефекту через наповненість одиниці часу кількістю діяльності. Те, що колись потрібно було робити протягом дня, сьогодні можна зробити за хвилину. Тому цінність часу значно зростає.

Тіньова економіка може бути об'єктом уваги різних за напрямками досліджень. Це може бути складність її виміру та процеси обмеження масштабів і т. ін. (Ці питання досліджувалися такими авторами, як: Базидевич В.Д., Варналій З.С., Ковальчук Т.Т., Мандибура В.О., Мазур І.І. та ін.) Нас цікавить, як тіньова економіка себе презентує у просторово-часовому вимірі? Тобто, чи існує зв'язок між місцем розташування суб'єкта, часом укладання контрактів і його безпосередня участь у тіньових економічних відносинах? Завдяки новим комунікаційним можливостям стає не важливим де знаходиться партнер – чи він поряд, чи він в іншому кінці світу. Спілкування відбувається через новітні засоби техніки і технології. Це робить миттєвим пересування інформації, фінансових потоків. Тобто те, що створює умови для самодостатності функціонування тіньової економіки в світі.

"Для економіки та її організацій просторовий вимір дій стає усе більш ірревалентним за умов одночасного зростання значення виміру часу. Організації політичної і правової системи, навпаки, не можуть вивільнитися від територіального принципу або долають його лише із значним бюджетом часу і трансакційними витратами. Якраз ця обставина діаметрально протилежна процесу темпоралізації економічного життя та економізації часу як ресурсу" зауважує Й. Віланд [2]. Тобто простір і час утикаються не самі по собі, а завдяки тим інноваціям, які допомагають здійснювати укладання контрактів і угод не зважаючи на відстань і час.

В сучасних умовах, коли міжнародний поділ праці дає можливість використовувати одним країнам дешеві ресурси інших країн у процесі створення високоінтелектуальних товарів і послуг в більшій мірі потрібно залучати інформацію, знання, творчих зусиль від суб'єктів економічної діяльності усіх країн світу. А це можливо за умов інтеракції (комплексність дій). Інтеракції не є чимось притаманним лише процесам глобалізації, разом з тим інтеракції долають національні межі країн і набувають планетарного характеру. Саме життя світової спільноти набуває характеру глобальних акцій, набуває глобального часу і глобального виміру.

Метою цієї статті є – виявити просторову та часову специфіку тіньової економіки розвинених країн у процесі глобалізації.

Західні вчені і політики у другій половині 1970-х на початку 1980-х рр. почали усвідомлювати, що реальна економічна активність набагато вища за ту, що реєструється офіційно. Це проявилося в розвитку оціночних підходів до виявлення масштабу тіньової економіки спочатку через монетарні методи. Оцінка Е. Фейга "нерегулярної економіки" США на рівні 1/3 від ВВП викликала дуже великий резонанс. Тому цьому питанню було присвячено спеціальне слухання економічного комітету Конгресу США. В цій групі лідерували американські вчені, зокрема: П. Гутманн, В. Танзі [3; с.40]. Частина їхніх робіт була присвячена необхідності змін в системі національних рахунків з метою більш повного обліку тіньового сектору. Крім монетарних методів були запропоновані й непрямі методи оцінки прихованої економіки. У цей же період вийшло у світ і багато робіт присвячених економічним злочинам, враховуючи корупцію та хабарництво [4].

Інша група вчених, до таких можна віднести англійських дослідників Дж. Гершуні, С. Генрі, Р. Палія [5], привернула свою увагу на працю всередині домогосподарств, що не була опосередкована фінансовими трансакціями, а була призначена для задоволення власних потреб членів сім'ї. Вчені, досліджуючи функціонування домогосподарства, надали принципово інший підхід до поняття неформальна (тіньова) економіка, трактуючи зміст неформального не як тип господарювання, а як характер економічних відносин, не обмежений певним ареалом та принципово можливий і необхідний в будь-якому інституціональному середовищі. В цьому сенсі особливого значення має робота М. Грановеттера "Сила слабких зв'язків", присвячена соціальним сітям (мережам) у функціонуванні ринку праці [6]. Неформальність була інтерпретована М. Грановеттером як характер економічних відносин, які проявляються у різних формах в усіх без виключення системах господарювання.

На ідею Дж. Гершуні [5] про економіку самозабезпечення (self-service економіту) спирається Е. Тоффлер, коли показував формат майбутньої організації праці у вигляді "електронних котеджів" [7, с.320], мешканці яких будуть заробляти не виходячи з хати. Таким чином, мешканці self-service економіту – мають неформальну організацію праці, постійно пристосовуються до вимог часу, продукуючи і надаючи ті послуги, які найбільше користуються попитом.

В умовах глобалізації відбувається протиріччя між однаковістю – у виробництві, споживанні, засобах комунікації, сім'ї та інших аспектах життя, що було характерним для машинного (індустріального) виробництва та різноманітними благами – продуктами інформаційної економіки, яка дає можливість суб'єктам економічної діяльності проявляти свою індивідуальність через творчий підхід до процесів виробництва і надання послуг. Знаходячись у місцях, віддалених від місця розташування заводу, фабрики або головного офісу робітники не лише зменшують витрати на пересування до місця роботи, але й економлять час. Скорочення витрат на передачу інформації, що вже привело до широкого розповсюдження індивідуальних засобів зв'язку, робить не потрібним кон-

централізацію робочої сили в декількох центрах і сприяє подальшому розорошенню виробництва та перенесенню його в домашні умови, в офіси, конференц-зали і центри оперативного зв'язку, де суб'єкти економічної діяльності будуть зустрічатися лише для вирішення поточних задач. [8, с.452-453]. Саме це протиріччя створює нові умови для самовідтворення тіньової економіки, що й породжує нові соціальні проблеми в світі.

В умовах "третьої хвилі" тіньова економіка у дослідженнях західних вчених стає значним елементом соціальної теорії, теорії клієнтизму, теорії соціальної сільовизації, теоретичної концепції соціального капіталу, що знаходить відображення у межах політології, економічної соціології, антропології та інших соціальних науках.

Дж. Томас, посилаючись на видану в 1987 р. Міжнародною організацією праці (МОП) анатовану бібліографію "таємної" зайнятості (Annotated Bibliography of Clandestine), говорить про 15 найменувань того, що він називає нерегулярним сектором: "чорна" (black), "таємна" (clandestine), "прихована" (hidden), "неформальна" (informal), "невидима" (invisible), "нерегульована" (irregular), "неофіційна" (non-official), "паралельна" (parallel), "друга" (second), "тіньова" (shadow), "секретна" (subterranean), "підпільна" (underground), "неповідомлена" (unobserved), "неофіційна" (unofficial), "незареєстрована" (unrecorded). Відповідно до його висновків, англомовний світ, включаючи Індію, надає перевагу використанню поняття ("чорна") "black", після нього популярним є "прихована" ("hidden"). Для північноамериканських дослідників характерним до використання є терміни: "підпільна" ("underground"), "прихована" ("hidden") і "тіньова" ("shadow"), майже не використовується термін "чорна" ("black"). Разом з тим, термін "чорна" ("black") активно використовують датські, французькі, німецькі та італійські вчені, але щоправда після терміну "секретна" ("subterranean") у Франції, та "тіньова" ("shadow") у Німеччині та "прихована" ("submerged") в Італії [9; р. 124].

Якщо розмежувати використання різноманітних термінів у просторовому вимірі то можна зазначити, що вона полягає у специфіці національних особливостей країн.

На наш погляд, найбільш вдалим є використання категорії "тіньова економіка" ("shadow"). Це можна пояснити: по-перше, світло і тінь завжди існують поряд – так само як легальна і тіньова економіка; по-друге, "тінь" завжди є віддзеркаленням світла, але у викривленому вигляді. У нашому випадку – тіньова, отже – і є "викривлена" (тіньова) економіка.

Різниця полягає не лише у самих категоріях, але й у змісті, який кожний дослідник розуміє по-своєму [10, с. 37-38]. На нашу думку, під тіньовою економікою, слід розуміти – складне соціально-економічне явище, представлене сукупністю неконтрольованих і нерегульованих як противправних, так і законних, але аморальних економічних відносин між суб'єктами економічної діяльності з приводу отримання надприбутку за рахунок приховання доходів і ухилення від сплати податків.

Зовнішня безсистемність у використанні категорій щодо тіньової економіки проявляється у внутрішньому порядку. Єдність дослідників тіньової економіки полягає у необхідності її наукового обґрунтування причин виникнення, суті, структури, методів виміру з метою обмеження негативного впливу.

Не дивлячись на багатоманітність проявів тіньової економіки, дослідники майже однаково підходять до її сегментування. Виділяючи неформальну економіку (до якої відносять домашню економіку), як сегмент дослідження тіньової економіки, що проявляється у дозволеній, але формально не зареєстрованій, а отже не включеної до статистичної звітності економічної діяльності.

Іноді виділяється частина тіньової економіки з назвою – реципронна економіка (економіка міжсімейних обмінів на неринкових засадах), вона (назва) є об'єктом дискусії дослідників тому, що її або просто ігнорують, або суміщують з домашньою економікою. Кримінальна складова тіньової економіки (це – виробництво психотропних і наркотичних товарів, наркоторгівля, торгівля людьми тощо) відноситься до окремого блоку дослідження. На нашу думку, вона в більшій мірі є предметом дослідження правознавців. Нарешті є приховані, підпільна, нелегальна, "сіра", нерегулярна, і т.ін. тобто саме тіньова економіка – діяльність з порушенням норм закону, яка здійснюється внаслідок несплати податку, підприємництво без ліцензії і т. ін.

Удосконалена версія СНР (системи національних рахунків) – 93 рекомендує в тій чи іншій формі враховувати практично будь-яку неформальну, нелегальну (кримінальну), приховану економіку. Отже, СНР-93 вперше рекомендує обліковувати тіньову економіку в межах виробництва. Це рішення було прийняте з метою прив'язати виробництво та використання продукції. За цією версією виходить, що для обліку тіньової економіки статистичними методами потрібно вводити у звітності в усіх країнах показники законної, легальної, неформальної, нелегальної і прихованої економіки. Це говорить про те, що: по-перше, тіньова економіка об'єктивно існує в усіх країнах світу; по-друге, що її можна і необхідно обліковувати з метою обмеження; по-третє, можна дослідити її динаміку в залежності від економічного розвитку країни; по-четверте, виявляти особливості її прояву і самовідтворення в суспільстві "третьої хвилі".

На початкових стадіях (70-80-ті роки ХХ ст.) дослідження тіньової економіки західні вчені (М. Грановеттер, П. Гутман, В. Танзі, Е. Фей, Дж. Гершуні, Дж. Томас) вказують на відсутність певних інституцій, пов'язаних з тіньовою економічною діяльністю. Пізніше відбувається такий спосіб налагодження ділових стосунків з впливовими людьми, які пізніше набували стійких форм (корупція). Отже, тіньова економіка набуває стійкості та системності у своєму розвитку.

Ретроспектива дослідження має ціллю розпізнати сучасне за рахунок успадкованих та набутих нових особливостей тіньової економіки розвинених країн. Наприклад, в офіційних документах Федерального Міністерства Внутрішніх Справ Німеччини зазначається, що впродовж тривалого часу тема корупції не була предметом суспільної дискусії, а країна розглядалася як така, де корупція відсутня, і лише з другої половини 90-х рр. згадана тематика стала об'єктом уваги науковців, політичних сил, громадськості, засобів масової інформації [11].

У наш час тіньові економічні відносини проникли і в політику і в правову систему. Прикладом такого твердження можна навести всесвітньо відомий корупційний скандал Програма ООН "Нафта в обмін на продовольство", вартість якої дорівнювала 60 млрд. долл., де найбільшими корупціонерами названі такі країни як Франція і Росія.

У спеціальній доповіді Єврокомісії, присвяченій корупції та хабарництву в ЄС, яка була представлена в липні 2002 року, зазначалося, що протягом 2001 року внаслідок корупції ЄС втратив більше ніж 500 млн. євро, зареєстровано понад 660 випадків шахрайства і хабарництва [12].

Згідно досліджень, зроблених антикорупційною організацією "Transparency International", індекс корупційності для Німеччини становить 7,4; Фінляндії – 9,9; Канади – 8,9; США – 7,6; Японії – 7,1; Франції – 6,7; Китаю – 3,5; Росії – 2,3; України – 2,1 [13].

Для 21 розвинених країн (ОЕСР) з метою розрахувати обсяги тіньової економіки було використано метод попиту на готівку та ресурсний методи. Для методу попиту на

готівку наводяться два види цифр – один від Шнайдера, а інший від Джонсона, Кауфмана та Зодіо-Лобатона.

**Таблиця 1. Обсяги тіньової економіки в країнах ОЕСР\*.**  
Обсяг тіньової економіки (у % до ВВП), обчислені за допомогою:

Країна	Ресурсний (електричний) метод за 1990 р.	Метод попиту на готівку (результати Шнайдера) за 1989-1990 рр.	Метод попиту на готівку (результати Шнайдера) за 1990-1993 рр.	Метод попиту на готівку (результати Джонсона та ін.) за 1990-1993 рр.
Австралія	15,3	10,1	13,0	13,1
Австрія	15,5	5,1	6,1	5,8
Бельгія	19,8	19,3	20,8	15,3
Велика Британія	13,1	9,6	11,2	7,2
Греція	21,8	-	-	27,2
Данія	16,9	10,8	15,0	9,4
Ірландія	20,6	11,0	14,2	7,8
Іспанія	22,9	16,1	17,3	16,1
Італія	19,6	22,8	24,0	20,4
Канада	11,7	12,8	13,5	10,0
Нідерланди	13,4	11,9	12,7	11,8
Німеччина	14,6	11,8	12,5	10,5
Нова Зеландія	-	9,2	9,0	9,0
Норвегія	9,3	14,8	16,7	5,9
Португалія	16,8	-	-	15,6
США	10,5	6,7	8,2	13,9
Фінляндія	13,3	-	-	-
Франція	12,3	9,0	13,8	10,4
Швейцарія	10,2	6,7	6,9	6,9
Швеція	11,0	15,8	17,0	10,6
Японія	13,2	-	-	8,5

Примітка: Джерело: ресурсний метод: Lacky Maria (1997): *The hidden economies of Visegrad countries in international comparison: A household electricity approach*, Hungary: Institute of economics; Метод попиту на готівку: Schneider, Friedrich (1998). Further empirical results of the size of the shadow economy of 17 OECD-countries overtime, Paper to be presented at the 54. Congress of the IIPF Cordoba, Argentina; Johnson, Simon; Kaufmann Daniel; Zoldo-Lobatyn, Pablo (1998) *Corruption, public finances and the unofficial economy*. MIT, The World Bank.

Розглядаючи період з 1990-1993 рр. і аналізуючи результати Джонсона та інших, які обчислили обсяги тіньової економіки для 21 країн ОЕСР, можна зробити висновок, що країни південної Європи – Греція, Італія, Іспанія, Португалія мають найбільшу за обсягами тіньову економіку. Подібні результати отримав і Шнайдер. Найменшу за обсягами тіньову економіку за Джонсоном

мають – Швейцарія, Норвегія, Австрія, крім названих до таких Шнайдер відносить і США. Підрахунки, зроблені Шнайдером підтверджуються й іншими дослідниками. Через різні підходи до обчислення масштабів тіньової економіки для різних країн спостерігається значна різниця в показниках, але для інших вона незначна.

**Таблиця 2. Порівняння результатів Шнайдера і Джонсона та ін., обчислені шляхом використання методу попиту на готівку**

Країна	Обсяг тіньової економіки (у % до ВВП) 1989-1990 рр. обчисленій за допомогою методу попиту на готівку		Різниця між двома підходами в абсолютному вираженні
	Результати Джонсона та ін.	Результати Шнайдера	
Ірландія	7,8	14,2	6,4
Велика Британія	7,2	11,2	4,0
Норвегія	9,9	16,7	6,8
Іспанія	16,1	17,3	1,2
Нідерланди	11,8	12,7	0,9
Німеччина	10,5	12,5	2,0

Порівнюючи результати, отримані за допомогою методу попиту на готівку та електричного методу, можна спостерігати суттєву різницю:

**Таблиця 3. Порівняння результатів, отриманих за допомогою методу попиту на готівку та за електричним методом**

Країна	Обсяг тіньової економіки (у % до ВВП) 1989-1990 рр.		Різниця між двома підходами в абсолютному вираженні
	Метод попиту на готівку (результати Шнайдера)	Електричний метод (результати Лако)	
Австрія	5,1	15,5	10,4
Ірландія	11,0	20,6	9,6
Іспанія	16,1	22,9	6,8
США	6,1	10,5	4,4

Ще й досі не з'ясовано, який метод більш надійний. Застосування ресурсного методу до західних країн ОЕСР є дещо проблематичним, в основному через рівень технічного прогресу у використанні електроенергії.

Таблиця 4. Динаміка обсягу тіньової економіки (у % до ВВП), обчислена за допомогою методу попиту на готівку\*

Країни	1960р.	1970р.	1980р.	1994р.	1995р.	1996р.	1997р.	2002**р.
Австралія	-	-	-	13,0	13,2	14,0	13,9	-
Австрія	0,4	1,8	3,0	6,7	7,3	8,3	8,9	-
Бельгія	-	10,4	16,4	21,4	21,6	21,9	22,4	-
Велика Британія	-	2,0	8,4	12,4	12,6	13,1	13,0	12,5
Греція	-	-	-	26,0	26,6	28,5	-	-
Данія	3,8-4,8	5,3-7,4	6,9-10,2	17,6	18,1	18,3	18,1	-
Ірландія	-	4,3	8,0	15,3	15,6	15,9	16,1	-
Іспанія	-	10,3	17,2	22,3	22,6	22,9	23,1	22,5
Італія	-	10,7	16,7	25,8	26,2	27,0	27,3	27,0
Канада	-	-	10,1-11,2	14,6	15,0	15,1	14,8	-
Нідерланди	-	4,8	9,1	13,6	14,1	14,0	13,5	-
Німеччина	2,0-2,1	2,7-3,0	10,3-11,2	13,1	13,9	14,5	15,0	16,0
Нова Зеландія	-	6,9	9,2	11,3	-	-	-	-
Норвегія	1,3-1,7	6,2-6,9	10,2-10,9	17,9	18,5	18,9	19,4	-
США	2,1-4,1	2,6-4,6	3,9-6,1	9,4	9,0	8,8	8,8	8,7
Франція	-	3,9	6,9	14,3	14,8	14,9	14,7	15,0
Швейцарія	1,2	4,1	6,5	6,6	6,9	7,5	8,1	-
Швеція	1,5-1,8	6,8-7,8	11,9-12,4	18,3	18,9	19,2	19,8	-

Якщо проаналізувати динаміку результатів таблиці 4, то стає очевидним, що Італія, Іспанія та Бельгія мають найбільші показники тіньової економіки. У середній групі знаходяться – Швеція, Норвегія, Данія, Ірландія, Франція, Нідерланди. У групу країн з найменшим обсягом тіньової економіки потрапили Австрія та Швейцарія. Крім того з таблиці видно, що обсяги тіньової економіки для всіх досліджених країн зросли, навіть у тих країнах, де обсяги тіньової економіки суттєво менші. Виходить, що тіньова економіка пережила тих, хто запевняв, що її існування зупиниться саме.

Навпаки вона продемонструвала таку характерну ознаку, як пристосування до будь-яких змін, що відбуваються не лише в Україні, але й у світі, охопленому процесами глобалізації.

Зрозуміло, що природні, трудові ресурси, капітал у світі розташовані нерівномірно. Разом з тим, на противагу певних висловлювань щодо зменшення нерівномірностей за умов використання новітніх технологій у вигляді нових комунікацій, навпаки – збільшилися ці нерівномірності. Мова йде про безпосередню впливовість країн у світі незважаючи на їхнє віддалене просторове розташування. Поєдналися ресурси з їхніми розпорядниками – не через зближення територій, а завдяки новітнім комунікаційним технологіям. Нові часи внесли нові корективи: на зміну ієрархії територій прийшла сільська (мережева) організація простору. Що зумовило: по-перше, втрати центром можливості дозувати інформацію і надавати їй однозначний зміст; по-друге, входження національних засобів масової інформації у глобальний інформаційний простір. Простір організується як горизонтальна сітка (мережа) несубордінованих вузлів та позавузлових територій. Тобто усе життя тепер будується навколо ітераційної (постійно повторюваної) узгодженості інтересів обмеженої кількості вузлових центрів, що відбуваються, наприклад, на саммітах. Крім того, до таких несубордінованих вузлів та позавузлових територій можна віднести – транснаці-

ональні корпорації, наднаціональні утворення і т. ін. Отже, виходячи з даних таблиць, можна стверджувати, що рівень тінізації розвинених країн залежить:

- від її впливовості (можливо через входження – чи ні, у наднаціональні утворення) на світовий ринок, через вихід на дешеву сировину, товарів, послуг;
- від ступеню втягнення ділових кіл країни у надприбуткові бізнес-операції, ступінь впливовості країни або її ділових кіл та лобіювання власних інтересів у наддержавних утвореннях таких, наприклад, як Давос;
- від можливості монопольного існування транснаціональних корпорацій не дивлячись на певні антимонопольні заборони. Так, володіння великим капіталом у світі практично означає мати імунітет, який захищається величими юридичними фірмами, що мають зв'язки з політичними колами країн. Ділова активність власників великих капіталів оформлюється таким чином, щоб законно обійти закон. Відомо, що у світі існують такі юридичні фірми, які спеціалізуються на тому, як "обійти" законодавство про оподаткування. Такі фірми отримують гонорари, що вимірюються сотнями тисяч доларів США, які не можуть бути порівняними з оплатою праці юристів на державній службі.

Разом з тим, не слід сільове суспільство зводити до особливої організації просторового життя. Скоріше це – новий принцип організації життя суспільства, характерний для постіндустріального етапу, що проявляється в економіці, політиці та культурі [14]. Сільська організація українського простору проявляється у розпаді ієрархічної піраміди територій. До вузлових центрів в Україні можна віднести великі міста – Київ, Львів, Харків, Дніпропетровськ, Донецьк, що гуртують навколо себе потужні фінансові потоки, більш розвинені споживчі ринки, більше великих, малих та середніх підприємств, більша кількість населення і т. ін. Їхня специфіка полягає у тому, що вони, у свою чергу, належать світовим сіткам (мережам). Говорячи іншими словами, алгоритми центральної та провінційної тіньової практики в Україні не співпадають. Якщо у

\* Джерело: Schneider, Friedrich; Enste, Dominik^ Shadow economies around the world: Size, causes and consequences. IMF Working paper WP/00/26 February 2000.

\*\* Прогноз за джерелом: Hbaethge, F. Hoffman Schattenwirtschaft, in: "Capital" 2002, Nr. 6, S. 17-18.

центрі ведеться боротьба за конструювання законодавчих норм через лобіювання, корупцію, купівлю місця в уряді та інших великомасштабних акцій, що створюють основу вже не для тіньової, а для кримінальної економіки. То алгоритми провінційної тіньової практики засновані на персональних контактах з представниками місцевої влади та контролюючих інстанцій, тобто тут боротьба ведеться за можливість безкарного ухилення від чинного законодавства. У цій ситуації зростає значення ділових сіток (мереж), які включають не лише підприємців, але й представників владних, контролюючих і силових структур. Довіра до партнера як участника ділової сітки (мережі) служить підставою зниження трансакційних витрат тіньових угод (в той час як підкорення чинному законодавству – основа для їх збільшення). А сільська організація простору і, зокрема, "сільовизація" мас-медіа привели до різних трактувань певних понять. Так, за часів радянського союзу ставлення до тіньової економіки було однозначно – негативним. В сучасних умовах – сільське суспільство дало можливість неоднозначно оцінювати тіньову економіку, зокрема поведінку економічних агентів, що і створює новий культурний клімат для розвитку тіньової економіки, а отже нові соціально-економічні проблеми для суспільства.

Тіньова економіка існує в усіх країнах світу, її мотивація схожа.

В умовах глобалізації рівень тінізації економіки не зменшується, як вважалося, а постійно зростає в абсолютному вимірі (про що свідчать дані таблиць).

Правові інституції в умовах глобалізації переживають глибоку кризу, тому це ускладнює створення умов для детінізації тіньової економіки.

Адміністративні покарання позитивно можуть вплинути лише на сегмент тіньової економіки – кримінальну економіку і таку її інституцію, як корупція.

Поряд з цим у світі відбуваються такі процеси, як транснаціоналізація та інтернаціоналізація тіньової економіки, яким сприяє використання нових комунікацій завдяки яким здійснюється компресія простору і часу.

Тіньова економіка постійно мімікрує та заповнює слабо контролювані або зовсім неконтрольовані пусті ніші у світовому просторі. Її мобільність і здатність до самовідтворення в умовах компресії простору і часу потребує створення міжнаціональних контролюючих інститутів – можливість правового, організаційного і наукового, тобто забезпечення інтеракційного підходу до вирішення такої проблеми як тінізація економіки через її детінізацію.

1. Harvey D., The Condition of Postmodernity. – Oxford, 1989; Він же, Justice, Nature and Geography of Difference. – Cambridge, 1996.
2. Wieland J., Globale Wirtschaftsethik. Steuerung und Legitimität von Kooperation in der Weltökonomie // Kettner M. (Hrsg.), Angewandte Ethik als Politikum. Frankfurt a. – M., 2000.
3. Латов Ю. Эволюция исследований неформального сектора экономики за рубежом // Теневая экономика: экономический и социальный аспекты: Проблемно-тематический сборник РАН ИНИОН / Отв.ред. и сост. И.Ю. Жилина. – М., 1999.
4. Economic Crime in Russia / A. Ledeneva, M. Kurkchiyan (eds.). – L.: Kluwer Law International, 2000.
5. Диа. Gershuny J. Social Innovation and the Division of Labour. – Oxford: Oxford University press, 1983;
6. Henry S. The Working Unemployed: Perspectives on the Informal Economy and Unemployment // Sociological Review. – 1982. – № 3;
7. Pahl R.E. Employment, Work and the Domestic Division of Labour // International Journal of Urban and Regional Research. – 1980. – № 4.
8. Granovetter M. The Strength of Weak Ties // American Journal of Sociology. – 1973. – Vol. 78. – № 6.
9. Thomas J. Informal Economic Activity. – Michigan: The University of Michigan Press. – 1992.
10. Солодомікова І.І. Теоретичні засади дослідження тіньової економіки / Вісн. Київ. ун.-ту. Економіка – К., 2003 – Вип. № 64–65. – С. 37–38.
11. Erster periodischer Sicherheitsbericht, Berlin. – 2001. – S. 161.
12. "Die Welt". – 2002. – 14.07. – S. 11.
13. Leyendecker H. "Die Herde der schwarzen Schafe". In.: "Suddeutsche Zeitung", 15.03.2002. – S. 2.
14. Каствельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. – М., 2000.

Надійшла до редакції 13.11.05

А. Длігач, канд. екон. наук

## ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ ТА ІННОВАЦІЙ ДЛЯ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто роль інновацій як фактора, що створює конкурентні переваги компаній на ринку, досліджено проблеми, що найчастіше виникають в процесі стратегічного маркетингового планування, а також запропоновано нову модель маркетингової діяльності підприємства, орієнтованого на ринок. Представлена модель трьох циклів базується на принципі "різних швидкостей" та різних рівнів прийняття маркетингових рішень.

*The article concerns with the role of innovations as creative factor for company competitive advantages at Ukrainian market. The prevailing problems in the process of strategic marketing planning are explored. The new model of marketing activity of the market-oriented enterprise is also offered. The represented three-cycle model is based on principle of "different speeds" and different levels of decision-making in marketing.*

В сучасних ринкових умовах помітною стає тенденція до кризи зростання багатьох вітчизняних підприємств. Глобалізаційні процеси та інтенсифікація конкуренції обумовлюють необхідність вдосконалення якостей маркетингових керівників та застосування нових підходів до ведення бізнесу.

Стратегічне маркетингове планування сьогодні є не від'ємною частиною ефективного розвитку компаній. Існує багато праць присвячених цьому питанню, передусім це розробки відомих зарубіжних фахівців – Жан Жак Ламбена, Ігора Ансоффа, Малколма Мак-Дональда та інших. У вітчизняній літературі предмет стратегічного маркетингового планування все ще недостатньо розглянутий. Важливим моментом висвітлення цього питання є незаперечні відмінності українських та російських ринкових умов, їх певна специфіка. Таким чином, підходи західних авторів до предмету стратегічного маркетингового планування не завжди висвітлюють питання, актуалізовані для вітчизняних спеціалістів з маркетингу.

В статті розглянуто роль інновацій як фактора, що створює конкурентні переваги компаній на вітчизняному ринку, досліджено проблеми, що найчастіше виникають в процесі стратегічного маркетингового планування, а також запропоновано нову модель маркетингової діяльності підприємства, орієнтованого на ринок. Представлена модель трьох циклів базується на принципі "різних швидкостей" та різних рівнів прийняття маркетингових рішень.

Насамперед зауважимо, що на спроможність компанії отримати прибуток від продажів впливають безліч зовнішніх та внутрішніх факторів, що знаходяться в постійній взаємодії та залежать один від одного. Менеджери компанії мають розуміти всі ці взаємозв'язки та намагатися приймати раціональні ділові рішення незалежно від інтуїції та досвіду. Маркетингове планування необхідне, коли компанія зазнає сильного конкурентного впливу та має складне конкурентне оточення [1].

Використання інновацій як ефективного засобу досягнення стратегічної конкурентної переваги компаній є незаперечним. Дуже часто компанія досягає конкурентних переваг за допомогою інновацій. В подальшому компанія може утримати їх лише за допомогою постійного поліпшення продукції. Конкуренти досягнуть більшого успіху, якщо компанія припинить вдосконалення та втілення інновацій. Конкурентні переваги компанії та її здатність до впровадження інновацій, тобто до організації інноваційного бізнесу, є ключовими чинниками успіху в конкурентній боротьбі.

Інноваційний бізнес можна розглядати з двох точок зору:

- як засіб забезпечення стратегічної переваги компанії, для яких власне інновації не є основним видом бізнесу;
- як вид бізнесу, продуктом якого є конкретні наукові, науково-технічні й інші результати, які можуть використовуватися як основа нововведень в інших галузях.

В Україні велика частина невдалих інновацій пов'язана з непідготовленістю до їх впровадження, з людським чинником і з фактичною відсутністю ринкового аналізу для впровадження технологій. Тобто з нестачею того, що позначають терміном "знання" (knowledge).

Ми живемо в суспільстві, орієнтованому на знання (knowledge-based society). Знання стають ключовим чинником успіху в бізнесі.

Тенденції розвитку економіки за останні роки свідчать про зростання конкуренції майже у всіх сферах економіки. Для успішної боротьби на своїх ринках компаніям необхідно або зменшувати ціну на продукцію, що веде до скорочення прибутків, або пропонувати продукти, що не схожі на продукти та послуги конкурентів. Оскільки компанії не прагнуть до скорочення своїх прибутків, ефективним варіантом стратегії зростання компанії на конкурентному ринку, як в короткостроковій, так і довгостроковій перспективі, є впровадження інновацій.

Сьогодні все більшого значення набувають інновації, оскільки саме інновації мають найвищу цінність порівняно з іншими чинниками зростання.

Альтернативами інноваційної стратегії є:

- інтеграційна стратегія зростання;
- маркетингова диференціація;
- пошук можливостей скорочення витрат.

Інновації є основою для створення конкурентної переваги, вони збільшують прибутки компаній, прискорюють зростання, привертають інвесторів і споживачів.

Інновації підрозділяються на:

- технологічні, що розповсюджуються на методи виробництва;
- продуктові, які пов'язані із змінами в продукції;
- нетехнологічні (зокрема маркетингові).

При цьому всі нетехнологічні та деякі з продуктових інновацій можуть бути віднесені до інновацій з маркетинговою домінантною, які, в свою чергу, можна розділити на інновації на рівні товарно-ринкової стратегії і функціональних стратегій.

До інновацій на рівні товарно-ринкової стратегії відносяться:

- створення політу;
- введення нових атрибутів вибору для споживача (критеріїв позиціонування);
- переміщення зон споживчих переваг (зміна важливості сприйняття критеріїв позиціонування).

Інновації на рівні функціональних стратегій розрізняють такі:

- новий вигляд реклами;
- нові форми презентації товару;
- нові форми роздрібної торгівлі;
- нові способи організації збуту.

З метою побудови системи стратегічного маркетингу на підприємстві нами була розроблена модель трьох циклів маркетингової діяльності. Головна ідея моделі трьох циклів полягає у розподіленні маркетингових рішень по трьох рівнях – відповідно до ієрархичної позиції менеджерів, що приймають рішення та впливу цих рішень на діяльність компанії.

Великий цикл комерційної, орієнтованої на ринок, діяльності підприємства складається з трьох етапів:

1. фундаментальні ринкові дослідження (глобальний ринковий стратегічний аналіз);
2. визначення бачення, системи стратегічних цілей та корпоративної стратегії;
3. формування та втілення товарно-ринкової стратегії, моніторинг та корекція.

Зазначимо, що третій етап являє собою, власне, середній цикл комерційної діяльності (прийняття рішень в рамках базового ринку та системи стратегічних цілей підприємства та їх реалізація).

Отже, середній цикл складається з наступних етапів:

1. прикладні ринкові дослідження (визначення споживчих мотивацій, характеристик попиту тощо);
2. розробка ринкової стратегії (сегментування та охоплення ринку, базова конкурентна стратегія та стратегія конкурентної поведінки, стратегія зростання тощо), товарної стратегії (формування концепції товару, асортиментна політика, марочна політика тощо), стратегії позиціонування, що є головним рішенням товарно-ринкової стратегії; на цьому етапі проводиться тестування ідеї щодо товару, розробка самого товару та його апробація;

3. визначення функціональних стратегій, а саме стратегії просування, збуту, виробництва, закупівлі тощо;

4. реалізація стратегії, що включає тактичні та операційні дії; на цьому етапі формується та впроваджується система трейд-маркетингу, формується базова ціна товару та система знижок, націонок та страхування ціни, проводяться акції зі стимулування збуту, реалізуються оперативні дії маркетингу відносин та/або CRM;

5. моніторинг та корекція на рівні стратегії або тактичних дій.

Малий цикл маркетингової діяльності підприємства починається коли розроблений план маркетингу, який є результатом середнього циклу. Реалізація стратегії, тобто малий цикл маркетингової діяльності, складається з декількох етапів:

- реалізація програм просування та збуту;
- внутрішній маркетинг;
- торговий маркетинг (мерчандайзінг тощо);
- маркетинг взаємовідносин, CRM;
- інше.

Якщо моніторинг свідчить про неефективність тактичних дій, малий цикл маркетингової діяльності закінчується, тобто має місце повернення до середнього циклу. В цьому випадку стратегія маркетингу вимагає перегляду. Це можуть бути заходи щодо "оздоровлення" або посилення торгової марки, розробки нової програми стимулування збуту, внесення модифікацій в товар, зміна каналів збуту тощо.

Малий цикл може бути припинений також при повному виконанні існуючого плану маркетингу або при коригуванні маркетингового плану керівництвом.

Таким чином, в першому циклі приймаються найважливіші рішення щодо функціонування та подальшого розвитку підприємства. Це вирішується на рівні вищого керівництва. На цьому етапі відділ маркетингу має визначити перспективні ринки, провести стратегічний аналіз та сформувати варіанти великих амбіційних цілей.

До другого рівня відносяться стратегічні маркетингові рішення, що приймаються керівництвом служб мар-

кетингу та затверджуються віце-президентом з комерційних питань або вищим керівником підприємства.

На рівні третього циклу рішення затверджуються керівництвом служби маркетингу, а виконуються підрозділами маркетингу та збути. В цьому випадку відповідальність за розробку та впровадження тактичних рішень лежить на функціональних маркетингових підрозділах.

В процесі впровадження системи стратегічного маркетингового планування керівництво компанії стикається з низкою проблем і, доволі часто, з опором окремих колег, відділів, всієї компанії і самого ринку.

Дуже часто поточні проблеми, що виникають на підприємстві, на жаль, поглинають кращі ресурси. Планування та упорядкування майбутнього компанії вимагає

певного часу та залучення персоналу, чого не вистачає при інтенсивній щоденній завантаженості.

Зазначимо, що певна схема дій, накреслена для співробітників, є недостатньою для ефективного планування на підприємстві. Виходячи із нашого багаторічного досвіду, можна стверджувати, що у вітчизняних умовах такий підхід, за рідкісними виключеннями, не діє. Така схема буде ефективною лише тоді, коли буде врахованій поведінковий аспект, а саме формальні і неформальні відносини в організації. Таблиця показує залежність рівня формалізації процесу, в даному випадку – стратегічного маркетингового планування, від розміру та диверсифікації підприємства.

Таблиця 1. Ступінь формалізації процесу планування

Ступінь диверсифікації компанії (широта асортименту)	Розмір компанії		
	Великий	Середній	Малий
	Висока	Висока/середня	Середня
	Середня	Середня	Низька
Низька	Середня	Низька	Дуже низька

Можна зробити висновок про необхідність створення такої концепції бізнесу, яка вказувала б на конкретний напрям розвитку підприємства, і, водночас, забезпечувала б простір для її зростання.

В більшості випадків, на жаль, стимулом до введення планування в компанії є глибока криза та безлад. Далеко не всі керівники розуміють сутність маркетингового планування, і дуже часто їх може влаштувати таблиця з планом продажів або заповнена форма, що надійшла з центрального офісу. До того ж, існує ризик виникнення невіри в доцільність планування, особливо на початку процесу.

Планування обов'язково має супроводжуватися системою моніторингу. Таким чином можна виявити, що саме не враховано керівництвом в процесі планування, наприклад, якщо під час реалізації ініціатива співробітників псує досконалість, як здається, маркетинговий план. Ефективний план має враховувати резерв для творчості й ініціативи. Більш того, набагато легше реалізувати систему планування спільними зусиллями.

Зважаючи на те, що процес планування це справа колективна, формулювання стратегічного бачення та доведення його до свідомості всіх керівників та співробітників майже так само важливий як стратегічний опис концепції бізнесу та довгострокових цілей розвитку.

Розуміння бачення компанії, безперечно, допомагає відчути співробітникам загальну мету компанії, а також уявити принципи, якими необхідно керуватися при прийнятті рішень та визначені пріоритетів щодо розподілення ресурсів в майбутньому.

Хоча вибір філософії та пріоритетів компанії звісно відрізняються, цілі більшості фірм включають [2]:

- економічні цілі, що спрямовані на оптимізацію процесу використання ресурсів компанії;
- забезпечення достатнього рівня повернення інвестицій у довгостроковому періоді;
- соціальні або зовнішньоекономічні цілі, що відповідають потребам і особистим прагненням працівників компанії;
- цілі, що відповідають сподіванням впливових зовнішніх представників.

Аналізуючи діяльність українських, білоруських і російських компаній ми дійшли висновку, що для багатьох з них основними чинниками, які перешкоджають плануванню, є наступні найпоширеніші проблеми:

- слабке усвідомлення реальності розроблених планів;

- недостатня залученість персоналу;
- відсутність міжфункціонального узгодження й узгодження по рівнях управління;
- відсутність систематичності в процесі планування.

Будь-яке підприємство представляє собою складний організм, де в процесі планування мають бути враховані інтереси різних функцій (зокрема, маркетингу і фінансів), оптимально розподілені ресурси між різними видами діяльності, виділені людські сили та час під нові проекти за рахунок існуючих напрямів.

Саме тому процес планування є ланцюжком узгоджень і компромісів. Отже, процедур узгодження має бути декілька.

Після завершення стратегічного аналізу має бути проведено перше узгодження, де обговорюється бачення поточного положення компанії. Наступна процедура здійснюється під час узгодження цілей компанії та стратегії їх досягнення з обов'язковим узгодженням фінансових ресурсів, бюджету. Третя – по завершенню розробки стратегічного плану.

Мова йде про узгодження на рівні вищого керівництва компанії із залученням керівників всіх функціональних і бізнес-напрямів. Процес узгодження не може бути обмежений одним засіданням. У деяких випадках для досягнення компромісу необхідне проведення великої роботи по коректуванню планів – якщо мають місце глобальні розбіжності інтересів або бачення. Саме тому, часто доцільно проводити невеликі проміжні зустрічі, особливо на міжфункціональному рівні.

Модель трьох циклів маркетингової діяльності, розглянута в статті, була вдало реалізована на декількох великих та середніх українських підприємствах протягом останніх 4 років, але потребує подальшої теоретичної розробки.

Виділимо основні ідеї циклических моделей, а саме:

- формування послідовності дій як системи зі зворотним зв'язком, тобто має існувати система контролю з можливістю оперативного корегування дій при відслідковуванні відхилень результату від очікуваного показника;
- цикли різних рівнів є циклами "різних швидостей", тобто менші цикли можуть тривати від тижня до декількох місяців, середні – від півроку до декількох років, великі – від року до 5-10;
- цикли відображають межі для можливих рішень, що приймаються на відповідних рівнях керівництва;
- кожен з циклів може закінчуватися:
  - при повному виконанні поставлених задач;

— при неможливості їх виконання (необхідності прийняття рішень більш високого рівня);  
— директивно при зміні задач на вищому рівні.

Серед переваг циклічного підходу можна відзначити можливість впровадження більшої формалізованості. Маркетинг, безперечно, є творчою дисципліною. Це вимагає інновацій та нестандартних підходів, але дуже часто такий підхід до маркетингу у вітчизняних компаніях приводить до інтуїтивних дій та превалювання креативних рішень над аналізом, дослідженнями та стратегічним плануванням. Більша формалізація маркетингу допоможе підвищити ефективність маркетингових заходів.

Слід звернути особливу увагу на стратегічні перспективи компаній. На сьогоднішній день українські компанії більше уваги приділяють тактичній ефективності, що досить часто призводить до середньо- та довгострокових провалів або неефективності ведення ринкової діяльності.

До того ж, в умовах сучасної конкуренції, скорочення життєвих циклів товарів і послуг, розвитку нових технологій однією з основних умов формування конкурентної стратегічної перспективи підприємства все більше стає його інноваційна активність. Підприємства, що формують стратегічну поведінку на основі інноваційного підходу (ставлять перед собою такі стратегічні цілі, як освоєння нових технологій, випуск нових товарів і послуг), мають можливість завоювати лідерські позиції на ринку, зберегти високі темпи розвитку, скоротити рівень витрат, добитися високих показників прибутку.

1. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга. — СПб., 2000. 2. Анофф И. Новая корпоративная стратегия. — СПб., 1999. 3. Томпсон А.А., Стрикланд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов. — М., 1998. 4. Хубер Г., Сондерс Дж., Пирси Н. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование. — Днепропетровск, 2005.

Надійшла до редакції 14.11.05

О. Жилінська, канд. екон. наук

## РЕЙТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Узагальнено практику використання рейтингового підходу до визначення конкурентоспроможності національної економіки, розроблено методику визначення рейтингу науково-технічної конкурентоспроможності країни/

*The author makes conclusions about the using of rating access to the definition of national economy competitiveness and develops the methodic of rating definition of the science-technical competitiveness of the country.*

Сучасні дослідники відзначають, що найважливішою закономірністю ХХ ст. є трансформація індустриальної економіки, що прийшла у минулому столітті на зміну аграрної системи господарювання, яка панувала протягом багатьох століть, у постіндустріальну, або економіку послуг. Цей процес є універсальним, притаманним усім країнам, проте відбувається у кожній із країн мірою визрівання внутрішніх передумов, і напряму залежить від рівня її економічного розвитку. Унаслідок тривалої еволюції до к. ХХ ст. частка послуг у світовому ВВП досягла 68 %, причому кардинальних змін зазнала і сама сфера послуг [1, с. 155-156]. Якщо на початку минулого століття коло послуг, що надавалися, було обмеженим, у загальній структурі переважали торгівля, транспорт, побутові послуги та послуги домашньої прислуги, то сьогодні за класифікацією ВТО нараховується понад 160 видів послуг, і чільне місце посідають ті види економічної діяльності, що базуються на використанні складної, інтелектуальної праці, зокрема на ділові послуги, до складу яких входять науково-дослідні послуги, припадає 1/3.

Визнаючи соціально-економічні зрушенння, що відбулися до сер. 90-х рр. ХХ ст., ОЕСР визначила сучасну економіку як таку, що рухається до економіки, що базується на знаннях, яка напряму опирається на виробництво, розповсюдження та використання знань та інформації [2]. Ознаками економіки, що базується на знаннях (*knowledge based economy*), є домінування інтелектуальних ресурсів у виробництві благ і послуг, інтелектуалізація технологій як у сфері послуг, так і в добувному й обробному секторах економіки; переважання у доданій вартості створених благ і послуг втілених знань, стрімке зростання світових ринків інтелектуальної продукції; важливого значення набуває економіка знань (*knowledge economy*), межі якої становить вид діяльності з генеруванням нових знань та їх втілення, а генератори та носії знання стають домінуючою групою серед зайнятих [3, с. 88]. Крім того, зазнає змін і світове господарство. Такі зміни науковці визначають як глобалізацію – новий етап всесвітньої історії, характерну рису постіндустріального суспільства к. ХХ – п. ХІІІ ст., що

сформувалася на базі стрімкого розвитку комплексу інформаційно-комп'ютерних технологій та мережі ІНТЕРНЕТ, та призводить до ущільнення й урізноманітнення взаємодії світового економічного суспільства та глобалізаційних процесів. Проте потребує з'ясування, як відображаються зрушення унаслідок формування економіки, що базується на знаннях, у підходах до визначення конкурентоспроможності, зокрема науково-технічної конкурентоспроможності країни.

У багатьох працях вітчизняних та іноземних науковців аналізуються проблеми переходу до економіки, що базується на знаннях, формування постіндустріального суспільства та глобалізаційних процесів. Проте потребує з'ясування, як відображаються зрушення унаслідок формування економіки, що базується на знаннях, у підходах до визначення конкурентоспроможності, зокрема науково-технічної конкурентоспроможності країни.

Як відомо, конкурентоспроможність – це складна економічна категорія, що може розглядатися на декількох рівнях: конкурентоспроможність товару, конкурентоспроможність товаровиробника (або фірми), галузева конкурентоспроможність, конкурентоспроможність країн. Причому між зазначеними рівнями конкурентоспроможності існують тісні взаємозв'язки: галузева конкурентоспроможність та конкурентоспроможність країни у кінцевому підсумку залежать від спроможності конкретного товаровиробника виробляти конкурентоспроможний товар.

Проблеми визначення конкурентоспроможності економіки знаходяться у полі зору не тільки окремих дослідників (закордонні – Дж. Сакс, М. Портер, Дж. Даннінг, А. Рулман та ін.; російські та вітчизняні – Ю. Пахомов, Д. Лук'яненко, Б. Губський, Р. Фатхутдинов, Г. Куликов та ін.), але й різноманітних міжнародних економічних організацій. Найбільш репрезентативний показник конкурентоспроможності уперше був розроблений Всесвітнім економічним форумом (World Economic Forum, WEF). Щорічно, починаючи з 1986 р., Міжнародним інститутом менеджменту (м. Лозанна) готується та оприлюднюється на WEF Доклад по світовій конкурентоспроможності, що інформує уесь світ про те, які країни є найбільш конкурентоспроможними на даний момент. Спочатку це був рейтинг конкурентоспроможності 46 країн за 381 критерієм. Він надавав поштових урядам тих країн, рейтинг конкурентоспроможності яких був низьким, до змін в еко-

мічній політиці, а для країн з високим рейтингом – був стимулом для подальшого розвитку.

Такий підхід визначення конкурентоспроможності національної економіки у науковій літературі отримав назву "рейтинговий", він полягає в інтегральному відображені стану економіки за певною системою показників [4, с. 17]. Система показників змінюється з метою врахування новітніх зрушень у національних економіках. Так, з 1996 р. було змінено концепцію складання Докладу, він отримав нову назву – Доклад по глобальній конкурентоспроможності, і його відтоді готує Гарвардський інститут міжнародного розвитку. Його директор, всесвітньовідомий економіст Дж. Сакс запропонував нову концепцію конкурентоспроможності: "Наш метод передбачає, що конкурентоспроможність нації належить до відповідності економічних структур та інститутів країни для економічного зростання у рамках структури світової економіки загалом. У нашому розумінні економіка є конкурентоспроможною у світі, якщо економічні інститути і політика країни забезпечують стало та швидке економічне зростання. Нації "конкурують" головним чином у виборі альтернативних інститутів або стратегій для стимулювання більш швидкого економічного зростання і підвищення життєвого рівня. Деякі зусилля успішні, деякі вичерпуються на "зламі історії". Конкурентоспроможними є ті нації, що вибирають інститути та політику, що сприяють довгостроковому зростанню" [5, с. 14]. Рейтинги базувалися на 155 кількісних показниках та результатах різних досліджень, які були об'єднані у 8 груп факторів конкурентоспроможності, а саме: відкритість економіки для міжнародної торгівлі та фінансів; роль державного бюджету і регулювання; розвиток фінансових ринків; якість інфраструктури; якість технологій; якість ділового менеджменту; динаміка ринків праці; якість правових і політичних інститутів.

З 2001 р. рейтинг базується на 188 показниках, що об'єднані за 12 напрямами і враховують майже всі аспекти якості правової, фінансової, податкової, митної систем, систем освіти, інноваційної діяльності, охорони здоров'я, якості середовища проживання, ринкового механізму тощо. У 2002 році за оцінкою WEF Україна посідала 77 місце серед 80 країн, що оцінювалися, Російська Федерація – 64, Ямайка – 60, Марокко – 55, Польща – 51, Словакія – 49, Індія – 48, Бразилія – 46, перше місце посіли США [6, с. 20]. Хоча у 1980-х рр. США зіткнулися із словільненням темпів економічного зростання, а за найважливіший інструмент економічного підйому обрали підвищення конкурентоспроможності американських товарів на внутрішньому і на зовнішньому ринках. Для його реалізації у 1988 р. прийнято Федеральний закон "Про торгівлю і конкурентоспроможність", а також "Стратегію національної безпеки США", "Стратегію розвитку освіти", Федеральні програми "Передові технології", "Партнерство у розширенні виробництва" тощо. У боротьбі за конкурентоспроможність наріжним каменем були обрані розвиток освіти, науки й особистості. У результаті США протягом останнього десятиліття очолюють рейтинги конкурентоспроможності.

З 1996 р. Міжнародний інститут менеджменту став публікувати власний Щорічник світової конкурентоспроможності, що аналізує та ранжує спроможність національного політико-економічного середовища підтримувати сталій процес створення доданої вартості і конкурентоспроможність національних компаній. Центральним у такому підході є термін "сталій процес", що підкреслює стабільність конкурентоспроможності у довгостроковому аспекті. Для підрахунку рейтингу аналізуються 290 показників, 41 з яких є входною інформацією та у кінцевому рейтингу не відображаються. Інші

249 критеріїв, що знаходять відображення у підсумковому рейтингу, згруповані у 8 агрегованих факторів: внутрішній економічний потенціал, зовнішньоекономічні зв'язки, кредитно-фінансова система, інфраструктура, система управління, науково-технічний потенціал, трудові ресурси. Кожен із агрегованих факторів містить від 4 до 8 складових факторів, зокрема науково-технічний потенціал оцінюється за витратами на ДіР, рівнем наукових кадрів, технологічним менеджментом, науковим середовищем, а також інтелектуальною власністю. Модель конкурентоспроможності, що надається Щорічником, враховує постійну взаємодію динаміки конкурентоспроможності компаній і характеристик того економіко-правового середовища, в якому вони діють. Як бачимо, між цими двома рейтингами багато спільногого. Передусім, вони визначають конкурентоспроможність на основі неоліберальних теорій економічного розвитку; чим більш відкритими є ринки країни, тим вищим є її рейтинг конкурентоспроможності. Системи факторів визначення рейтингів схожі, крім того, їх визначення орієнтується не лише на досягнутий рівень, але враховує динамічний аспект, потенційні переваги національної економіки, що забезпечують освіта і наука.

Фахівці зазначають, що "критично важливими факторами конкурентоспроможності і господарюючих суб'єктів, і національної економіки стають телекомунікації, фінансова сфера і комплекс науково-інтенсивних ділових послуг" [1, с. 159]. Це зумовлено тим, що на відміну від індустріальної економіки, де головний акцент у визначенні конкурентоспроможності товару був сфокусований на цінових факторах, в економіці, що базується на знаннях, на перший план виходять нецінові фактори, важливого значення набувають якість товару, його новизна, наукомісткість виробу тощо. За умов глобалізації проблема визначення конкурентоспроможності товару фокусується вже не на рівні національного ринку, а на рівні світових ринків. Якісних змін за формулою та сутністю зазнає й об'єкт світогосподарських відносин – товар. Він зазнає трансформації від найпростіших форм (одиничний товар) до найскладніших комбінацій (товар-група), й на цій основі відбувається поява вищих товарних форм: товару-об'єкту, товару-програми. Змінюються і самі ринки, на сьогодні темпи зростання світового ринку ліцензій у понад 3,5 рази перевищують темпи зростання традиційних ринків товарів і послуг.

У визначенні конкурентоспроможності економіки акцентується увага на рівні розвитку науково-технічного потенціалу, можливостях національних інноваційних систем продуктувати, впроваджувати та поширювати найрізноманітніше нововведення: науково-технічні, економічні, комерційні, соціальні, правові, управлінські тощо. Сучасна міжнародна статистика, що має в розпорядженні значні масиви даних про науково-технічний розвиток, активно розробляє та постійно вдосконалює методи розрахунку різноманітних індексів та рейтингів, які відображають потенціал та порівняльні переваги тієї чи іншої країни у науково-технічній та інноваційній сферах. Національні, регіональні та світові аналітичні центри стали розраховувати та співставляти індекси інноваційного розвитку. В ЄС така робота активізувалася після рішення Лісабонського саміту про створення Єдиного наукового простору Європи та подолання відставання від США. В Інституті Світового банку методики визначення порівняльних переваг в інноваційному розвитку використовуються як основа проектів сприяння переходу до економіки, що базується на знаннях, у країнах-клієнтах. Врахування динамічного аспекту у визначенні конкурентоспроможності економіки зумовило те,

що на поч. ХХІ ст. експерти WEF перейшли до рейтингів національної інноваційної спроможності як основи майбутнього розвитку. У жовтні 2004 р. WEF оприлюднив нові результати розрахунків світових рейтингів конкурентоспроможного зростання (КЗ), що "вимірює спроможність національної економіки до сталого економічного зростання у середньостроковій перспективі (у найближчі 5 років), беручи до уваги поточний рівень економічного розвитку" [7, с. 39]. Індекс фокусується на головних складових інноваційного розвитку, що забезпечують високі темпи економічного зростання у середньостроковій перспективі, передусім – на інституційних та макроекономічних умовах сприяння гальмування інноваційної діяльності. Якщо порівняти рейтинг економічної конкурентоспроможності (2003-2004 рр.) [9] та рейтинг КЗ (2004-2005 рр.) [8], то перша п'ятірка країн (Фінляндія, США, Швеція, Данія, Тайвань) утримують свої позиції в обох рейтингах, суттєво покращили свій рейтинг КЗ Республіка Корея, Малайзія, Австралія, Індія й Ірландія, покращився і рейтинг України, хоча вона все перебуває в заключній частині рейтингу (84-86 місця в обох рейтингах), найнижчим є рейтинг вітчизняних державних інститутів.

Розширення застосування рейтингового підходу до визначення конкурентоспроможності країни, конкурентоспроможного зростання, а також врахування у них окремою складовою науково-технічного фактору, дозволили автору обґрунтувати доцільність обрахування рейтингу науково-технічної конкурентоспроможності країни. Під науково-технічною конкурентоспроможністю країни пропонуємо розуміти її здатність формувати та утримувати конкурентні переваги у сфері генерування, поширення та застосування нових знань через ефективне використання, нарощування та модернізацію її науково-технічного потен-

ціалу в умовах глобалізації. Головними характерними властивостями науково-технічної конкурентоспроможності країни є системність, інтегральність, порівняльність. Для ранжування науково-технічної конкурентоспроможності країнами було здійснено ранкінг країн за рівнем розвитку національного науково-технічного потенціалу та за його ефективністю. Інформаційна база – це індикатори науково-технічного розвитку країн за обрахунком Світового банку [10]. Не надані дані заповнювалися регресійним методом [11]. Рівень розвитку науково-технічного потенціалу країни відображають такі індикатори як: кількість науковців та інженерів у ДіР, осіб на 1 млн. мешканців (протягом 1996 – 2002 рр.); кількість техніків у ДіР, осіб на 1 млн. мешканців (1996 – 2002 рр.); витрати на ДіР у % ВВП (протягом 1996 – 2002 рр.). Ефективність науково-технічного потенціалу країни відображають індикатори: кількість статей у наукових та технічних журналах (дані 2001 р.); експорт наукомісткої продукції (в абсолютному виразі – обсяги (млн. дол.) та частка у загальному експорті країни, 2003 р.); роялті та ліцензійні платежі (сплачені та отримані, в абсолютному виразі, млн. дол., 2003 р.); заяви на патенти (від резидентів та від нерезидентів, 2002 р.); отримані заяви на патенти (від резидентів та нерезидентів, 2002 р.). Мінімальний відсоток наявних індикаторів як умова включення до рейтингу визначався експертним шляхом. На нашу думку, рейтинг є достатньо надійним для країни за наявності даних не менше як 50-60 % індивідуальних індикаторів, цій умові відповідали 80 країн. У таблиці наведено розрахований рейтинг науково-технічної конкурентоспроможності країн у 2002 р. і ранкінг за окремими компонентами – науково-технічним потенціалом та його ефективністю.

Таблиця 1. Рейтинг науково-технічної конкурентоспроможності країн, 2002 р.

Країна	Науково-технічна конкурентоспроможність країни		Науково-технічний потенціал країни		Ефективність науково-технічного потенціалу	
	Рейтинг	№ п/п	Ранкінг	№ п/п	Ранкінг	№ п/п
1	2	3	4	5	6	7
США	100	1	64,29	5	100	1
Японія	83,75	2	72,93	4	52,1	2
Німеччина	56,21	3	51,39	9	33,64	5
Фінляндія	55,36	4	100	1	12,11	19
Китай	51,44	5	16,66	37	43,81	3
Швеція	49,63	6	85,35	2	12,67	18
Велика Британія	47,83	7	40,94	18	35,31	4
Республіка Корея	47,28	8	49,22	10	24,92	6
Сінгапур	46,13	9	47,10	14	22,79	8
Франція	43,96	10	48,59	12	23,61	7
Данія	43,44	11	73,75	3	12,01	21
Швейцарія	41,45	12	61,16	6	14,77	14
Нідерланди	39,52	13	43,72	16	21,65	9
Канада	38,53	14	45,05	15	17,50	12
Ізраїль	36,30	15	57,90	7	7,59	32
Російська Федерація	33,52	16	47,74	13	12,93	16
Ірландія	33,43	17	28,03	22	19,59	10
Австралія	33,09	18	43,44	17	12,06	20
Бельгія	32,82	19	48,69	11	10,30	24
Норвегія	31,18	20	51,97	8	7,00	35
Австрія	30,61	21	40,31	19	11,16	23
Іспанія	28,36	22	25,98	26	15,52	13
Італія	24,96	23	26,46	25	12,80	17
Словенія	22,91	24	38,87	20	4,95	44
Нова Зеландія	22,62	25	33,29	21	6,44	36
Чеська Республіка	20,80	26	24,88	27	8,13	30
Угорщина	20,54	27	20,79	31	9,25	27
Португалія	19,75	28	19,90	32	8,60	28
Куба	18,91	29	26,55	24	7,88	31

Країна	Науково-технічна конкурентоспроможність країни		Науково-технічний потенціал країни		Ефективність науково – технічного потенціалу	
	Рейтинг	№ п/п	Ранкінг	№ п/п	Ранкінг	№ п/п
1	2	3	4	5	6	7
Бразилія	18,63	30	11,46	45	11,31	22
Естонія	18,09	31	21,83	30	6,10	39
Мексика	17,72	32	6,20	65	12,97	15
Хорватія	17,71	33	23,91	28	4,80	47
Україна	16,80	34	23,91	29	3,93	56
Греція	16,27	35	15,96	38	7,10	34
Коста Ріка	16,25	36	8,02	59	10,01	25
Грузія	16,23	37	17,54	35	5,94	40
Словацька Республіка	15,73	38	19,18	34	5,31	43
Литва	15,43	39	19,71	33	4,50	50
Польща	15,40	40	15,76	40	6,21	38
Гонконг, Китай	15,09	41	15,79	39	5,68	41
Туреччина	14,79	42	9,35	53	8,31	29
Індія	13,83	43	8,31	58	7,34	33
Тайланд	13,63	44	4,07	71	9,92	26
Білорусь	13,44	45	17,37	36	3,21	63
Болгарія	13,24	46	14,40	41	4,87	46
Латвія	12,77	47	13,92	42	4,30	53
Румунія	11,84	48	10,73	48	4,90	45
Аргентина	11,54	49	8,67	56	5,38	42
Туніс	10,86	50	11,14	46	3,16	64
ПАР	10,45	51	7,62	60	4,38	52
Вірменія	10,45	52	12,74	43	1,96	76
Уганда	10,37	53	7,10	62	4,58	49
Сербія і Монтенегро	10,30	54	11,74	44	...	...
Азербайджан	10,07	55	11,08	47	2,67	65
Казахстан	9,83	56	9,02	54	3,63	58
Молдова	9,54	57	10,25	49	2,57	66
Іран	8,53	58	9,91	50	0,96	83
Македонія	8,42	59	5,81	66	3,37	61
Чилі	8,35	60	8,94	55	2,32	68
Болівія	7,98	61	3,14	74	...	...
Тринідад і Тобаго	7,88	62	9,44	52	2,05	74
Монголія	7,62	63	7,03	63	2,03	75
Лесото	7,37	64	2,45	77	4,06	55
Колумбія	7,35	65	1,46	85	4,29	54
Кувейт	6,88	66	3,33	73	...	...
Парагвай	6,78	67	2,02	80	...	...
Перу	6,76	68	1,94	81	3,60	59
Венесуела	6,73	69	5,38	69	2,24	69
Киргизька Республіка	6,60	70	4,29	70	2,19	70
Еквадор	6,58	71	1,68	84	3,43	60
Уругвай	6,34	72	4,04	72	2,06	73
Замбія	6,26	73	0,15	87	3,23	62
Панама	5,99	74	5,48	67	1,52	79
Гондурас	4,61	75	3,07	75	1,35	82
Мадагаскар	4,47	76	1,09	86	1,77	77
Пакистан	3,99	77	2,14	79	0,48	85
Сирія	3,33	78	1,88	82	0	87
Єгипет	2,01	79	6,63	64	0,64	84
Ямайка	0	80	...	...	0,05	86

Проведений рейтинг дозволив зробити такі висновки:

1. науково-технічна конкурентоспроможність країни залежить від:

- досягнутого рівня розвитку національного науково-технічного потенціалу, що дозволяє країні брати участь у створенні світової інтелектуальної квазіренти (надприбутку, що має стійкий характер, але в обмеженому періоді, та отримується при використанні інтелектуальних ресурсів [12, с. 390]);

- ефективності використання національного науково-технічного потенціалу – швидкості комерціалізації отриманого науково-технічного результату ДіР у вигляді випуску наукомісткої продукції та просуванні її на експорт, а також обсяги ліцензійних платежів і роялті за укладеними ліцензійними угодами між резидентами й

нерезидентами; це спроможність країни брати участь у перерозподілі світової інтелектуальної квазіренти через механізм виконання ліцензійних угод та світової технологічної квазіренти через експорт наукомісткої продукції; технологічна квазірента є надприбутком внаслідок використання технологічних ресурсів під час розповсюдження нових, більш ефективних технологій (вона не існує при освоєнні технологічної новинки і зникає в період її суцільного панування, що визначає суспільно- нормальній рівень витрат і цін) [12, с. 390];

2. науково-технічна конкурентоспроможність країни більшою мірою залежить від ефективності національного науково-технічного потенціалу – тих позицій, що сформовані й утримуються на світових ринках наукомі-

сткої та інтелектуальної продукції, що набуває вищих товарних форм: товару-об'єкту, товару-програми;

3. високої науково-технічної конкурентоспроможності досягають країни, які:

- здійснюють перерозподіл світової інтелектуальної квазіренти – мають позитивне сальдо роялті та ліцензійних платежів, зокрема у 2003 р. це такі країни як США (28,2 млрд. дол.), Велика Британія (2,5 млрд. дол.), Франція (1,5 млрд. дол.), Японія (1,2 млрд. дол.), Швеція (1 млрд. дол.); це країни з високими доходами, де створено економічні та правові механізми швидкої комерціалізації науково-технічних результатів і для резидентів, і для нерезидентів; інтернаціональна компонента винахідницького потенціалу (заявки на патенти від нерезидентів) у цих країнах у 2–2,5 рази перевищують національну компоненту; компанії, що знаходяться поза межами країн з високим доходом, намагаються патентувати свої винаходи у сім разів частіше саме у цих країнах, аніж на батьківщині, що зумовлено не тільки об'єктивними намаганнями нерезидентів збільшити доходи від винахідництва, але й недосконалістю патентного законодавства на їх батьківщині;

- здійснюють перерозподіл світової технологічної квазіренти через експорт наукомісткої продукції, зокрема у 2003 р. високої частки наукомісткої продукції в експорті досягли Ірландія (34 %), Республіка Корея (32 %), США і Нідерланди (по 31 %), Китай (27 %), Велика Британія (26 %), Фінляндія і Японія (по 24 %).

4. Розроблена методика обрахування рейтингу науково-технічної конкурентоспроможності країн дозволить у подальшому здійснити групування країн за досягнутим її рівнем.

1. Мировая экономика: глобальные тенденции за 100 лет / Под ред. И.С. Королева. – М., 2003.
2. Knowledge-Based Economy. – Paris: OECD, 1996.
3. Жилінська О.І. Роль наукових кадрів в інтелектуальних ресурсах постіндустріального суспільства // Теоретичні та прикладні питання економіки. Зб. наук. пр. – 2005. – Вип. 6.
4. Пахомов Ю.М. та ін. Національні економіки в глобальному конкурентному середовищі. – К., 1997.
5. Куліков Г.В. Японский менеджмент и теория международной конкурентоспособности. – М., 2000.
6. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организаций : Уч. пос. – М., 2004.
7. Иванова Н. Инновационная система России в глобальном контексте // МЭИМО – 2005. – № 7.
8. <http://www.k2kapital.com/useful/usf20041015.html>
9. [http://www.weforum.org/pdf/gcr/ExecSumm\\_Final](http://www.weforum.org/pdf/gcr/ExecSumm_Final)
10. <http://www.worldbank.org>
11. Грін В. Економетричний аналіз. – К., 2005.
12. Кузьк Б.Н., Яковею Ю.В. Россия – 2050: стратегия инновационного прорыва. – М., 2004.

Надійшла до редакції 17.11.05

Н. Богомаз, канд. екон. наук

## ГЛОБАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ НА СУЧASNIX ПРОМИСЛОВИХ РИНКАХ

**Обґрунтовано чинники необхідності розробки ефективних глобальних стратегій підприємств на сучасних промислових ринках. Розглянуто процес формування стратегії промислового підприємства на глобалізованому ринку. Визначено переваги та можливості застосування глобальних стратегій на сучасних промислових ринках. Досліджено види стратегій промислового підприємства на глобалізованому ринку.**

**The necessity to work out the effective enterprise strategy is proved on modern industrial markets. The process of forming the modern industrial enterprise strategy on global market is viewed. The threats and opportunities of global strategies applying on modern industrial markets are grounded. Types of strategies of an industrial enterprise are analyzed on global market.**

Сьогодні інтеграція України у світогосподарчі зв'язки неминуча, але при цьому не можна втратити галузі та окремі підприємства, що здатні у майбутньому забезпечити конкурентні переваги країни. Формуючи економічну стратегію держави, треба надати відповіді на наступні запитання:

- В чому будуть полягати економічні виграші та програші України від інтеграції у світову економіку? Чітко треба визначити національні конкурентні переваги.
- Як не втратити внутрішній ринок в конкуренції з імпортом? Як посилити власні позиції на зовнішніх ринках? Вітчизняним підприємствам важливо розробити ефективні глобальні конкурентні стратегії.
- Які виникнуть суспільні загрози, пов'язані з інтеграцією у міжнародний поділ праці? Який буде рівень безробіття в країні? Чи не зникнуть цілі галузі української економіки?
- В умовах приєднання до СОТ, як підтримувати перспективні вітчизняні підприємства? Як відстоювати їх інтереси на міжнародних ринках?

Зосередимо увагу на другому напрямку, а саме на формуванні ефективних стратегій вітчизняними промисловими підприємствами на глобалізованих ринках. Сьогодні українські промислові підприємства, як правило, застосовують реактивні стратегії, при яких організація намагається швидко адаптуватися до змін навколоїшнього середовища. Коли ринки стабільні або повільно еволюціонують, їх розвиток легко прогнозувати, а правила конкуренції приймаються всіма учасниками, цілком можливо процвітати, використовуючи підхід спроб і помилок. Він дозволяє одержувати винагороду від вдалих програм і видів діяльності і поступово відмовлятися від тих варіантів, що перестали приносити прибуток. Фактично бізнес у цьому випадку реагує на виникаючі події. Однак, це допущення ніколи не було

достовірним, і зараз його небезпека постійно зростає. Серед чинників, що сьогодні впливають на необхідність розробки ефективних глобальних конкурентних стратегій, слід відзначити наступні:

- ринки стають усе більш фрагментованими, а традиційні межі між ними – усе більш розмитими;
- національні ринки перетворяться у взаємозалежні глобалізовані ринки;
- конкурентні переваги підтримувати набагато складніше, тому що життєві цикли продукції скорочуються;
- глобальні конкуренти проникають на усе більше число ринків;
- надлишок пропозицій приводить до більш інтенсивного конкурентного тиску, у результаті чого споживачі одержують на ринку великі можливості для диктування своїх умов;
- швидка зміна технологій приводить до появи нових ринкових можливостей;
- колишні організаційні структури в значній мірі не відповідають сучасним вимогам щодо ефективних підприємницьких структур.
- наявність глобальних надлишкових потужностей.

Такі різноманітні ринки, як нафтопродуктів, автомобілебудування та електроніки, у даний час регулярно страждають від глобальної надлишкової потужності, що оцінюється в 1,5-40 %.

Сучасні процеси глобалізації невблаганні і діють майже на всі ринки. Хоча розробка глобальних стратегій може й не повинна бути включена у порядок денний кожного виду бізнесу, але наслідки глобалізації потрібно враховувати всім.

Теза про обмеженість застосування підходів споживчого маркетингу на промисловому ринку, сьогодні вже не викликає суперечок. Особливості промислового мар-

кетингу обумовлені цілою низкою факторів [3; 5]. Найважливішими з них є: більший обсяг закупок; більш технологічно складні продукти; більш високий ризик покупця; більше часу на прийняття рішення про покупку; більш професійні покупці; більш тісні взаємовідносини між покупцем та продавцем; похідний попит; парний попит; низька цінова еластичність.

Отже виходячи з усього вище зазначеного, сьогодні, як ніколи важливим є питання розробки теоретико-методичного забезпечення формування ефективних стратегій промислових підприємств на глобалізованих ринках.

Формування ефективної стратегії підприємства на глобалізованому ринку повинно складатися з визначеного переліку етапів, кожен з яких є важливим і залежним від інших (рис. 1). На першому етапі розробки страте-

гії, потрібно надати відповіді на наступні питання: Які масштаби глобалізації на обраному ринку та перспективи використання її переваг для конкретного підприємства? Тобто, необхідно здійснити аналіз факторів ринкового середовища.

Постійний процес лібералізації політики в області торгівлі, включаючи зниження митних бар'єрів і ослаблення інших нетарифних обмежень, сьогодні, є серйозним поштовхом до глобалізації різних ринків. Гармонізація політики в області торгівлі в ЄС, угода про вільну торгівлю між США, Канадою та Мексикою, формування торговельних зон у країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону є позитивними сигналами, що свідчать про те, що зазначений процес йде [2].

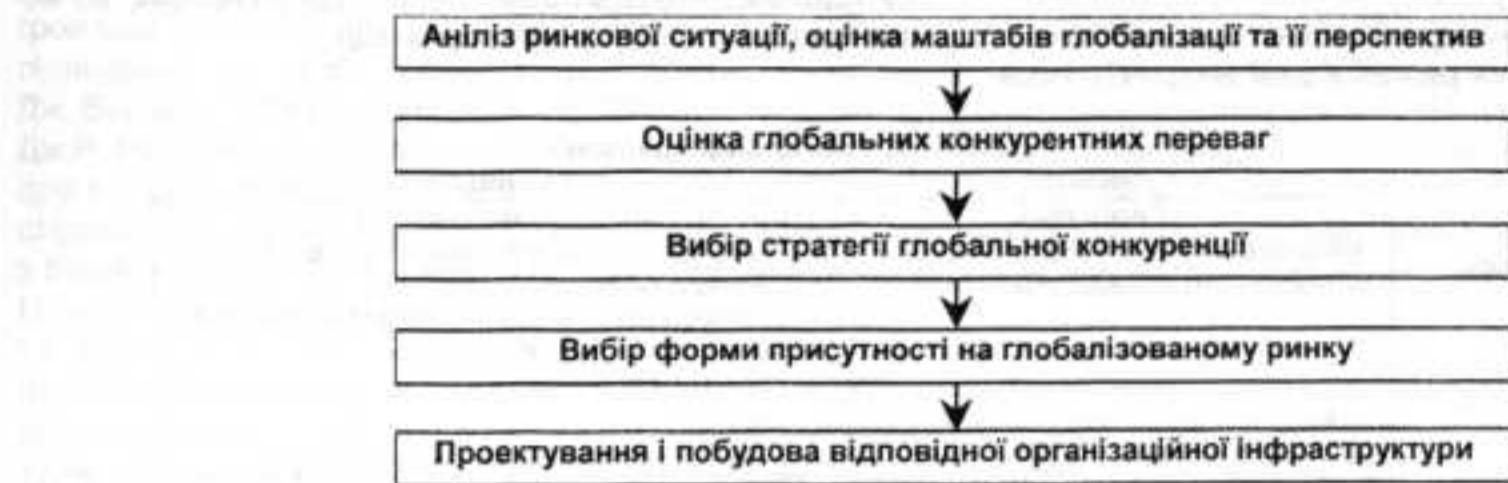


Рис. 1. Процес розробки стратегії підприємства на глобалізованому ринку.

Слід звернути увагу на основні перешкоди застосування глобальної стратегії. Це – структурні розмаїтості в економіках, обумовлені розходженнями в доходах, освіті населення, а також діючими у суспільстві соціальними нормами. Правові обмеження, зв'язані з практикою ціноутворення, захистом торговельних марок, стандартами відповідності необхідним показникам функціонування, а також із практикою проведення кампаній просування, усе це ще відрізняється від країни до країни і забезпечують сприятливий ґрунт для виникнення нетарифних бар'єрів, що перешкоджають торгівлі. Мовні і культурні розходження можуть виявлятися в тому числі і через закони, що забороняють продаж продуктів, супровід до яких не представлено національною мовою. Від країни до країни доступність медійних засобів міняється дуже сильно. У залежності від ринку в значній мірі відрізняються канали дистрибуції.

Отже, треба врахувати всі тенденції, що як полегшують, так і перешкоджають ухваленню рішення про те, як забезпечити правильний баланс між глобальною стандартизацією і місцевою адаптацією. Глобалізований ринок характеризується перш за все зростаючою однорідністю поведінки споживачів. Але це не означає, що не потрібно враховувати різницю між ними при розробці супутніх товарів та послуг, виборі каналів розподілу, формуванні стратегії просування.

Після того як визначено, що ринок є глобалізованим, підприємство повинно визначити власні глобальні конкурентні переваги. В теорії конкуренції виділяють декілька джерел глобальних конкурентних переваг [4, с. 282]. А саме: порівняльна перевага – існує, коли виробництво розташовано у країнах, які мають найкращі показники за мінімумом витрат або якості продукції. Наприклад, прямі витрати на працю в Південній Кореї, Таїваню або Таїланду складають приблизно одну четверту від аналогічних витрат у Європі або Північній Америці.

Економія за рахунок масштабів виробництва, залежить у першу чергу від того, чи може бути стандартизоване проектування продукції. Якщо кожен національний ринок має власні вимоги або відмовляється від моделей, що надходять з інших ринків, розраховувати на економію на витратах не можливо. Застосування набутого передо-

вого досвіду на всіх підприємствах дає суттєві переваги в мінімізації витрат. Економія за рахунок масштабів матеріально-технічного забезпечення, існує, якщо система матеріально-технічного забезпечення передбачає постійні витрати, які можна розподілити між національними ринками. Економія за рахунок масштабів маркетингу, виникає, якщо є можливість використовувати уніфіковану маркетингову стратегію. Економія за рахунок масштабів у закупках є результатом впливу та значущості покупців.

Також, слід відзначити переваги, пов'язані з наявністю запатентованої технології виробництва товару та мобільністю виробництва. На глобалізованих ринках економія за рахунок масштабів у дослідницькій діяльності є значно більшою ніж на національних ринках. Підприємство може мати дороге унікальне обладнання або високо-професійні кадри, використання яких не віправдовується попитом на національному ринку.

Третій етап полягає у виборі стратегії глобальної конкуренції. Постає питання "Як саме повинна діяти компанія на промисловому ринку, що прямує в глобальному напрямку, щоб задовільнити потреби споживачів і досягти поставленої мети?" Для цього треба працювати в чотирьох напрямках.

По-перше, – визначити стратегію, якої дотримується організація: лідерство за витратами, товар має унікальні характеристики та відрізняється високим рівнем диференціації, або організація виключно орієнтується на потреби певної групи "своїх" споживачів [4, с. 56].

По-друге, треба визначити стратегію глобальної стандартизації або місцевої адаптації буде використовувати підприємство. Організації, що дійсно здійснюють стандартизацію всіх процесів, дуже мало. Тому треба з'ясувати, у якому ступені може бути дозволена місцева адаптація? Відповіді на ці питання залежать від декількох факторів, у першу чергу, таких, як:

- баланс між сприятливими і перешкоджаючими глобалізації факторами;
- швидкість і сила випереджальних дій з боку інших глобальних учасників. У перших, хто це зробив, з'являються дуже важливі переваги, що важко, а часом неможливо забезпечити тим учасникам, хто виходить на такі ринки пізніше;

- поточні можливості підприємства на кожному цільовому ринку, що відображають попередні інвестиції в ресурси і навички, що можуть бути використані в глобальному контексті;
- придатність власної країни як стартової платформи для запуску глобальної стратегії.

Сприятлива стартова платформа характеризується: порівняльними перевагами такими, наприклад, як наявність підготовленого наукового персоналу або розгорнутої сучасної інфраструктури; сприятливим ринковим середовищем; високим рівнем попиту на ті види продукції, які можуть продаватися за кордоном; наявністю досвіду глобальної присутності у споріднених видів бізнесу.

Для ідентифікації стратегії діяльності на міжнародних ринках корисно використовувати матрицю представлена на рис.2 [1, с.457].

В ній представлені чотири можливі стратегії підприємства на глобалізованих ринках в залежності від наявності переваг та стандартизації.

		Переваги локальної адаптації	
		низькі	високі
Переваги стандартизації	високі	<b>Глобальні</b> -Високо стандартизовані стратегії; -Менеджмент у масштабах світу.	<b>Змішані</b> -експорт з використанням децентралізованого маркетингу; -стандартизація найважливіших функцій.
	низькі	<b>Мультинаціональні</b> -стратегії адаптовані до умов кожної країни, але максимально гармонізовані; -жорсткий централізований контроль.	<b>Локальні</b> -стратегії, адаптовані до умов кожної країни; -автономно діючі дочірні структури.

Рис. 2. Види стратегій на глобалізованих ринках.

По-третє, при розробці стратегії глобальної конкуренції, необхідно визначити пріоритетні характеристики організації. Двигуном організації може бути новаторство, якість продукції, високий рівень обслуговування споживачів тощо.

По-четверте, які цінності сповідує ваша компанія (захист навколошнього середовища, інтернаціоналізм і т.і.), які з них є пріоритетними. Без цього компанія не зможе досягти лояльності споживачів.

На четвертому етапі формування глобальної стратегії компанія повинна обрати форму участі у міжнародній діяльності: ліцензування, експорт і прямі зарубіжні інвестиції. Як правило, спочатку компанії застосовують експорт товарів або ліцензування і лише після здобуття певного досвіду міжнародної діяльності, здійснюють прямі зарубіжні інвестиції. П'ятий етап полягає у побудові ефективної організаційної інфраструктури.

Отже, для того щоб не втратити внутрішній ринок та посилити конкурентні позиції українських промислових підприємств на зовнішніх та міжнародних ринках дуже важливо сформувати ефективні глобальні стратегії та

них переваг щодо стандартизації та адаптації. Глобальні стратегії – це високо стандартизовані стратегії, де уніфікації підлягають всі функції (розробка, виробництво, маркетинг тощо). Локальні стратегії передбачають адаптацію до умов кожної країни всіх видів діяльності, починаючи від розробки продукції закінчуючи її просуванням.

Не завжди підприємства в своїй діяльності використовують або глобальні, або локальні стратегії. На переходних етапах це можуть бути мультинаціональні, або змішані стратегії. Мультинаціональні стратегії використовуються як правило на ринках, де перевага від локальної адаптації вже не існує, а від глобалізації вони ще не досить значні. За таких умов підходи, перевірені в одній країні, застосовуються в країнах з схожими умовами. Змішані стратегії треба застосовувати, коли необхідна суттєва місцева адаптація, але вигоди підприємства може отримати саме від стандартизації.

діяльності. Формування ефективної стратегії промислового підприємства на глобалізованому ринку повинно складатися з виконання чіткого переліку визначених етапів. Треба проаналізувати ситуацію, що склалася на обраному ринку з точки зору перспектив використання глобалізації. Визначити, чи існують власні глобальні конкурентні переваги і оцінити їх значущість. Розробити відповідну стратегію глобальної конкуренції. Обрати оптимальну форму присутності на глобалізованому ринку та побудувати відповідну організаційну структуру. Від ефективності дій на кожному з етапів буде залежати ефективність стратегії в цілому.

1. Дей Д. Стратегический маркетинг. – М., 2003. 2. Міжнародні організації : Навчальний посібник / За ред. Ю.Г. Козака, В.В. Ковалевського. – К., 2003. 3. Минетт, Стив. Промышленный маркетинг: принципиально новый подход к решению маркетинговых задач / Пер. с англ. – М., 2003. 4. Портер Майк Е. Стратегия конкуренции / Пер. з англ. – К., 1998. 5. Промисловий маркетинг: Теорія, світовий досвід, українська практика: Підручник / За ред. А.О. Старостіної. – К., 2005.

Надійшла до редакції 05.11.05

Н. Кочкіна, канд. екон. наук

## ВРАХУВАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КРАЇНИ ПРИ ФОРМУВАННІ РЕКЛАМНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

Проаналізовано соціокультурні фактори формування рекламної стратегії підприємства на зовнішньому ринку. Зокрема, запропоновано перелік обов'язкових правил організації прямої поштової реклами на міжнародних ринках, який проілюстровано за допомогою наочних прикладів. Визначено основні складові соціокультурного середовища країни та проаналізовано їх вплив на рекламні комунікації підприємства.

The social and cultural factors of creating the company advertising strategy on the external markets are analyzed. The obligatory rules of direct mail organizing on the international markets are considered and illustrated. The factors of country social and cultural environment are considered, their influence on the company advertising communications is analyzed.

Глобалізація як об'єктивний процес, що є характерним для сучасного етапу розвитку міжнародної економіки, не може не позначатися на діяльності вітчизняних підприємств. Прискорення інтеграційних процесів, посилення взаємозалежності та взаємопроникнення еко-

номік світу потребує від суб'єктів українського ринку диверсифікації власної діяльності. Одним з найбільш ефективних варіантів впровадження такої стратегії є вихід на зовнішні ринки. Інтернаціоналізація діяльності підприємства дозволяє отримати декілька вагомих пе-

реваг: балансування грошових потоків між ринками, що знаходяться на різних стадіях насичення, збільшення тривалості життєвого циклу товару, уникнення ризиків, пов'язаних з кризами національної економіки, тощо. Однак довгострокові позитивні переваги потребують адаптації діючої ринкової стратегії підприємства до соціокультурних особливостей країни експорту. Найбільш гостро ця проблема постає в процесі розробки стратегії комунікацій, особливо, рекламної стратегії.

Аналізу соціокультурних особливостей міжнародних бізнес-комунікацій присвячена велика кількість літературних джерел. Умовно їх можна розділити на дві великі групи. До першої відносяться підручники з просування, в яких опис теоретичних основ супроводжується наочними прикладами реклами, стимулування, зв'язків з громадськістю відомих світових виробників. Ці питання підіймають у своїх роботах Д.А. Аакер, Р. Батра, Дж. Бернет, Дж.Дж. Майерс, С. Моріарті, Л. Персі, Дж.Р. Россітер, У. Уельс та інші автори (див. [1-3]). До другої групи літературних джерел з проблеми, що досліджуються, можна віднести спеціалізовану літературу з бізнес-комунікацій, переважно, з ділового листування. Ці видання зазвичай мають суттєвий практичний характер та відбивають міжнародні й пострадянські стандарти письмових комунікацій (див. [4-7]). Однак, ані перші, ані другі видання не надають чіткої класифікації соціокультурних факторів комунікацій та не визначають алгоритм їх врахування в процесі розробки та впровадження комунікативної стратегії підприємства на зовнішньому ринку. Це зумовлює необхідність більш глибокого дослідження означених питань.

Безумовно, у межах невеликої статті неможливо розглянути всі особливості організації рекламної діяльності на зовнішньому ринку. Ми й не маємо це на меті. Наше завдання: на наочних прикладах продемонструвати необхідність врахування національних особливостей країни в процесі розробки ринкової стратегії підприємства. У даній статті ми обмежимось розглядом міжкультурних особливостей організації прямої поштової реклами.

Пряма поштова реклама (англ. direct mail) є формою комунікації, основою якої є направлення споживачу листів або листівок рекламного характеру переважно поштою. Розширення використання інтерактивних каналів зв'язку призвело до того, що direct mail перемістився з реального до віртуального простору. Дійсно, останнім часом комерційні пропозиції надсилаються споживачам найчастіше з використанням електронної (а не звичайної) пошти. Це значно прискорює процес листування між потенційним продавцем та споживачем. З одного боку, це надає письмовим комунікаціям ознак усних: швидкий зворотній зв'язок перетворює одностороннє спілкування на двосторон-

не. З другого боку, висока швидкість письмових комунікацій значно зменшує час на обміркування відповіді, що може привести до комунікативних помилок.

Традиційний рекламний лист починається зі звернення до читача і закінчується заключною формулою ввічливості. Вони є традиційними. Якщо лист написаний англійською мовою, найчастіше вітання буде починатися словами "Dear Sir/Madam" (для безособового звернення) або "Dear Mr./Ms. ..." (для персоніфікованого звернення). Однак мало хто знає, що заключна фраза повинна відповісти вітанню, наприклад, "Yours faithfully" або "Faithfully yours" – для "Dear Sir/Madam" та "Yours sincerely" або "Sincerely yours" – для "Dear Mr./Ms.". При цьому варто враховувати, що фраза "Yours truly" ("Відданий Вам") застаріла, та її варто замінювати більш сучасними.

Загальні правила складання ділових листів широко розглянуті у літературі. Тому пропонуємо більш докладно зупинитись на принципах здійснення міжнародних письмових рекламних комунікацій. Можна виділити щонайменше 5 ключових правил складання рекламних листів, спрямованих на іноземного споживача:

1. Складайте рекламний лист мовою країни-адресату або "універсальною" мовою. Для більшості країн світу універсальною мовою є англійська, для країн Європи її функції виконує також німецька мова, а для країн колишнього Радянського Союзу – російська. Однак варто враховувати, що ступінь володіння іноземною мовою й бажання вести ділове листування нею сильно різняться в залежності від країни. Наприклад, населення Нідерландів вільно спілкується німецькою й трохи менше англійською мовою. Це пояснюється схожістю голландської й німецької мов та широким викладанням магістерських курсів у вищих навчальних закладах англійською мовою. У Франції англійська мова вивчається також широко, однак французи в силу високої національної самосвідомості воліють здійснювати ділове листування рідною мовою. Останнім часом функції "універсальної" починає виконувати також іспанська мова.

2. Надайте лист для літературного редактування носію мови. При цьому лист, що відправляється до Великобританії, варто редагувати саме британцю, а не американцю або австралійцю. Пояснююється це тим, що навіть англійська мова сильно різняться в залежності від країни. За оцінками деяких лінгвістів, існує щонайменше 155 вагомих розбіжностей між британською й американською англійською мовами. Нижче наведені деякі з них (табл. 1).

Таблиця 1. Міжкультурні розбіжності між британською й американською англійською мовами

Український варіант	Британський англійський	Американський англійський	Український варіант	Британський англійський	Американський англійський
Автомобіль	Car	Automobile	Купюра	Banknote	Bill
Агент з продажу нерухомості	Estate agent	Realtor	Ластик	Rubber	Erasure
Бензин	Petrol	Gas, gasoline	Магістраль	Main road	Highway
Скрізь	Anywhere	Anyplace	Метро	Underground tube	Subway
Випускник	Graduate	Alumnus	Відпустка, канікули	Holiday	Vacation
Коштовності	Jewellery	Jewelry	Перший поверх	Ground floor	First floor
Квартира	Flat	Apartment	Листоноша	Postman	Mailman
Кіно	Cinema	The movies	Поштовий індекс	Postcode	Zip code
Гаманець	Purse	Coin-purse	Програма	Programme	Program

Джерело: Ядин Д. Маркетинговые коммуникации: Современная креативная реклама. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. – С. 59–64.

3. Уникайте ідіоматичних виразів, скорочень та акронімів. Використання ідіом прикрашає текст, а застосу-

вання скорочень та акронімів зменшує його розмір, однак робить текст незрозумілим для іноземного адреса-

ту. Дійсно, якщо перевести дослівно "It's raining cats and dogs", вийде зовсім не "Дождь льєт как из ведра" (рос.). Аналогічним чином, фраза "My heart is in my mouth" дослівно не переводиться як "У меня душа ушла в пятки" (рос. (більш докладно див. [8])). Схожі проблеми виникають також при сприйнятті скорочень та акронімів. Слід зазначити, що людська свідомість не терпить скорочень – вона негайно починає придумувати варіанти їх

розшифровки. Саме тому в практиці брендобудування рекомендується або взагалі не використовувати абревіатури, або пропонувати їх розшифровку (як у випадку з російським оператором мобільного зв'язку компанією "МТС" – "Мобільні Телесистеми"). Нижче наведені приклади скорочень та акронімів, які найчастіше використовуються у бізнес-комунікаціях (табл. 2).

Таблиця 2. Скорочення, які найбільш часто використовуються у бізнес-комунікаціях

Англійський варіант		Український варіант	Англійський варіант		Український варіант
Ско- рочен- ня	Розшифровка		Ско- рочен- ня	Розшифровка	
AA	Average audience	Середньостатистична аудиторія	CRM	Customer relationship management	Управління взаємовідносинами зі споживачем
	Age allowance	Знижка з прибуткового податку за віком	3D	Three-dimensional	Стерео (про фільм)
A&P	Advertising and promotion	Реклама і стимулювання збути	ERM	Exchange rate mechanism	Механізм валютних курсів
ACD	Associate creative director	Заступник художнього керівника	GDP	Gross domestic product	Валовий внутрішній продукт
ack	Acknowledgement	Повідомлення про одержання	ICC	International Chamber of Commerce	Міжнародна торгова палата
AD	Advertisement	Рекламне оголошення	IMC	Integrated marketing communications	Інтегровані маркетингові комунікації
	Assistant director	Асистент режисера	IMF	International Monetary Fund	Міжнародний валютний фонд
ADI	Area of dominant influence	Зона домінуючого впливу	IT	Information technologies	Інформаційні технології
adr.	Address	Адреса, звернення, мова	KISS-principle	Keep it short and simple	Принцип стисливості й простоти
BC	Back cover	Задня смуга обкладинки	VIP	Viewers in profile	Профіль глядацької аудиторії
CEO	Chief executive officer	Головний виконавчий директор	VP	Vice-president	Віце-президент

Джерела: Англо-руssий коммерческий словарь-справочник / Сост. И.Г. Анохина. – М., 1992; Бобров В.В. Англо-руssий словарь по рекламе и маркетингу. – М. 1997 ; Чмель А. Англо-руssий словарь бухгалтерских терминов / Под ред. Я.В. Соколова. – М. 1995.

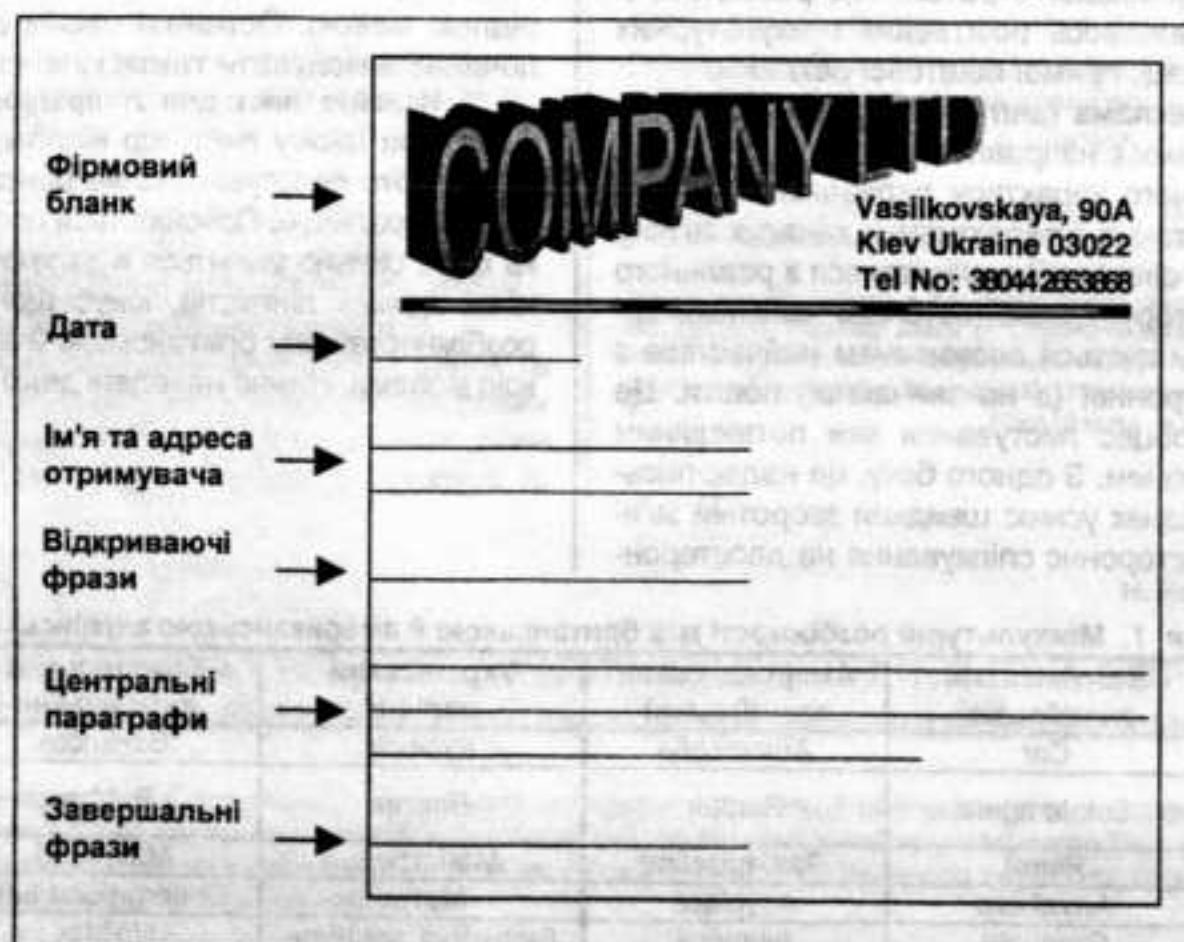


Рис. 1. Стандартна форма оформлення ділового листа

4. Дотримуйтесь правил оформлення ділових листів, прийнятих у країні-адресаті. У більшості країн світу прийнятий єдиний стандарт щодо оформлення ділової кореспонденції незалежно від її призначення (рис. 1). Обов'язковим є наявність фірмового бланку, на якому надсилаються найбільш важливі й офіційні повідомлення. Далі вказується дата, ім'я та адреса одержувача. За

ними йде відкриваюча фраза, після якої ставиться кома (а не знак оклику, як це прийнято в українській практиці листування). Далі розміщується основний текст повідомлення й завершальні фрази.

5. Використовуйте засоби візуалізації інформації. "Картина варта тисячі слів", – говорить народна мудрість. То-

му використання невербальних засобів комунікації (фотографій, рисунків, графіків, креслень тощо) значно полегшує розуміння тексту. Це досягається за рахунок залучення до обробки інформації правої півкулі мозку, яка відповідає за образне мислення. Проста ж текстова інформація, яка не підкріплюється засобами візуалізації, апелює винятково до лівої півкулі, що відповідає за логіку.

Розглянемо деякі особливості міжкультурних рекламних комунікацій. Однак спочатку дамо визначення самому поняттю "культура", яке лежить у їх основі.

Відповідно до Великої радянської енциклопедії, **культура** (від лат. *cultura* – виховання, розвиток, шанування) – історично визначений рівень розвитку суспільства та людини, що виражається у типах та формах організації життя й діяльності людей, а також у матеріальних та духовних цінностях, що ними створюються.

Культура складається з великої кількості елементів, включаючи все те, що суспільство думає, говорить та робить. Особливо важливими соціокультурними фактограми рекламної комунікації є такі:

**1. Система цінностей.** Є фундаментом будь-якої культури, оскільки визначає "що таке добре, і що таке погано". Наприклад, у США на першому місці стоїть робота, у той час як у інших країнах більший пріоритет мають сімейні справи.

**2. Рольові установки.** Під рольовими установками розуміються ролі, які грає людина в побуті та на роботі, а також статус, що їм відповідає. При цьому роль є переліком функцій, нав'язаних людині групою, з якою він себе ототожнює або до якої реально належить. А статус визначає положення людини в ієрархічній структурі суспільства. В міжнародних комунікаціях ролі двох людей, що об'ємають однакову посаду в Європі та Україні, сильно різняться. Так, віце-президент з розвитку бізнесу в Європі – це переважно людина зі ступенем MBA, основні функції якої зводяться до презентації місії корпорації у країнах-партнерах. При цьому вона не в змозі компетентно пояснити специфіку продукції, що реалізується. Віце-президент з розвитку бізнесу в Україні – це зазвичай людина, яка має дві освіти: технічну та економічну. Вона добре розуміється як на технічних деталях, так і на питаннях менеджменту та маркетингу.

**3. Релігійні традиції.** Кожна культура має свої церковні свята та звичаї (наприклад, Рамадан в ісламській релігії та Великдень – у православ'ї). Так, у мусульманських країнах будь-яка робота припиняється п'ять разів на день для молитви.

**4. Стилі прийняття рішень.** Французькі, німецькі й італійські керівники вищої ланки схильні до централізованої організації роботи підприємства. У той же час японські принципи управління засновані на децентралізації: роль групи в прийнятті рішень є відносно високою.

**5. Відношення до часу.** У США та більшості країн Європі бізнес будеться за принципом: "Час – гроші". У цих країнах пунктуальність є синонімом ввічливості. Однак у Латинській Америці та частині Азії вважається нормальним, якщо люди чекають протягом години й більше.

**6. Страхи й побоювання.** Останнє опитування суспільної думки, проведене експертами німецького інституту GfK, дало такі результати [9]:

- Більш ніж 57 % мешканців США та всі без винятку громадяни Євросоюзу останнім часом панічно бояться втратити роботу.

- 16 % французів та італійців стурбовані рівнем злочинності в країні.

- Більш ніж 20 % мешканців Нідерландів та 24 % мешканців Великобританії побоюються потрапити до лікарні й отримати неякісне медичне обслуговування.

- 18 % данців бояться вмерти з голоду.
- 21 % австрійців бойться постаріти.
- Більш ніж 24 % громадян Іспанії поряд із безробіттям бойться дій з боку баскських сепаратистів.
- Кожного 9-го мешканця Польщі тривожить проблема інфляції.
- Кожного 12-го мешканця Австрії турбує питання про захист старості.

Відповідальність за рішення проблем, які хвилюють європейців, на їхню думку, повинне взяти на себе державне керівництво. При цьому пріоритети розташовуються таким чином:

- Збереження й збільшення робочих місць (49 % жителів Старого Світу);
- Погіршення криміногенної обстановки (21 %);
- Турбота про здоров'я нації (13 %);
- Інфляція (12 %);
- Неконтрольований приплів іммігрантів (11 %);
- Екологія (9 %);
- Захист прав пенсіонерів та політика в сфері освіти (по 8 %);
- Політичні питання (7 %);
- Соціальне забезпечення (6 %).

Соціологи з компанії Ipsos провели дослідження фобій американського суспільства, з'ясувавши, на боротьбу з якими захворюваннями, на думку американців, варто витрачати гроші з державного бюджету [9]:

- 37 % опитаних вважає, що насамперед варто фінансувати пошуки ліків від раку.
- 15 % думають, що потрібно витрачати державні кошти на пошук ліків від хвороби Альцгеймера.
- 14 % упевнені, що насамперед варто знайти засіб боротьби зі СНІДом.
- 14 % говорять, що необхідно вкладати гроші в лікування серцево-судинних захворювань.
- Кожен 10-й опитаний відомий, що його хвилюють питання, пов'язані з ожирінням нації (хоча, за різними даними, найбільшу вагу має кожен третій мешканець Нового Світу).

Однак страх перед недугами у американців виникає лише в контексті можливої втрати працевлаштністю:

- 47 % респондентів бояться важких хвороб або травм, які можуть викликати втрату роботи й значні витрати на лікування.
- 37 % просто не хочуть платити лікарям, вважаючи, що ціни на їх послуги є невіправдано завищеними.
- 78 % населення США сняться кошмари, що вони не можуть повернути кредити.

Навіть короткого аналізу деяких соціокультурних особливостей країн досить для того, щоб зрозуміти, наскільки складним та важкопрогнозованим є процес реклами комунікацій на міжнародному ринку. Це вимагає всебічного дослідження потенційного ринку збутий подальшого врахування факторів його ринкового середовища при розробці маркетингової та, як наслідок, рекламної стратегії.

1. Батра Р., Майерс Дж.Дж., Аакер Д.А. Рекламный менеджмент. – М., СПБ, К., 1999.
2. Росситтер Дж.Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров. – СПБ., 2000.
3. Уэллс У., Бернхем Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. – СПБ., 2003.
4. Лэйхифф Дж.М., Пенроуз Дж.М. Бизнес-коммуникации. – СПБ., 2001. – С. 91, 141–167.
5. Добсон А. Как писать деловые письма: Практическое руководство для всех / Пер. с англ. – Челябинск, 1998. – С. 47, 98–97.
6. Деловая переписка с зарубежным партнером / Под ред. А.В. Плотникова. – К., 1992. – С. 17–20.
7. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации. Принципы и практика в эпоху информации. – СПБ., 2000. – С. 59–65.
8. Gray L.S., Geoghegan D. Guide to Russian Idioms. – Lincolnwood: Passport Books, 1997. – 182 р.
9. Запутанное человечество // Киевские ведомости. – 2004. – 7 авг. – С. 4.

Н. Кочергіна, канд. екон. наук  
Б. Степаненко, студ.

## МІЖНАРОДНІ ЗЛІТТЯ ТА ПОГЛІНАННЯ БАНКІВ ЯК ПРОЯВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ

Розглянуто проблеми, що виникають у процесі злиття та поглинання у банківському секторі. Особливу увагу присвячено вивченю мотивів злиття та поглинання банківських установ в країнах з переходною економікою. Показано характерні риси злиття та поглинання у фінансово-банківському секторі України.

*Were analyzed problems that evolved from the merger and acquisition process. Special attention is devoted to the study of the motives of bank merger and acquisition in the developing countries. Were shown the characters of the merger and acquisition process of financial and banking sectors of Ukraine.*

Міжнародні злиття та поглинання фінансових інститутів є характерною особливістю глобалізації фінансових ринків. Банківська справа все більше і більше стає глобальною галуззю, що не знає ні географічних ні територіальних кордонів та меж. Хоча після детального вивчення цифр, стане зрозумілішим, що міжнародні злиття та поглинання фінансових установ є наразі рідким феноменом.

Вивченю основних процесів банківського злиття та поглинання присвячена велика кількість наукових робіт зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема Пронін О. Ю., Васильченко З. М., Морріс Дж., Сміт Р. К., Міллер Г., Марков Дж. та інші.

Незважаючи на те, що злиття та поглинання у банківському секторі в межах однієї країни впродовж останніх п'ятнадцяти років стрімко зростали, міжнародні злиття та поглинання до недавнього часу відбувалися досить рідко. З 1980 по 2005 роки приблизно одна шоста всіх злиттів та поглинань банків по всьому світу стосувалася учасників, що розташовувалися в різних країнах.

Мета цієї статті полягає у визначенні ролі злиття та поглинань як інструментів глобалізації світових фінансових ринків. Особлива увага приділяється країнам з переходною економікою. Для досягнення поставленої

мети головна увага зосереджена на аналізі й узагальненні основних тенденцій процесу банківського злиття та поглинання. Конкретні завдання:

- аналіз і вивчення тенденцій міжнародних злиттів та поглинань в розрізі країн;
- дослідження проблем, що виникають у процесі злиття та поглинання у банківському секторі;
- виділення мотивів консолідації банківського сектору країн з переходною економікою з іноземними банками;
- визначення характеристик злиття і поглинання у фінансово-банківському секторі України.

Предметом статті є безпосередньо процес злиття та поглинання у фінансово-банківському секторі.

На перший погляд здається, що міжнародні злиття між фінансовими інституціями є явищем досить поширеним та відбувається досить часто, але статистичні дані говорять про інше (рис. 1.). Графік показує кількість міжнародних злиттів та поглинань, проголошених між 1978 та 2002 роками, де хоча б один із партнерів є комерційний банк, а також всі злиття та поглинання банків, що були проголошені, у відповідності з роками їх проведення.

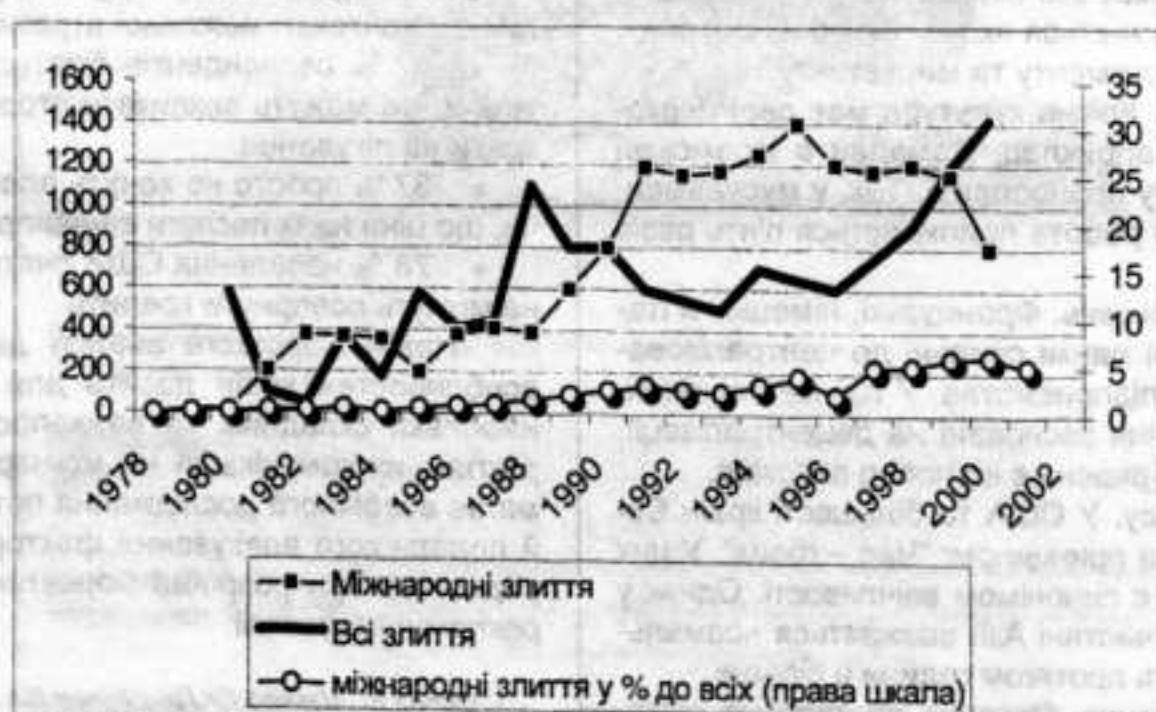


Рис. 1. Банківські злиття та поглинання за період 1978–2002 рр.

Джерело: Claudia M. Buch, Gayle DeLong. Cross-border mergers: what lures the rare animal? , Washington, 2002

З рис. 1. видно, що чисельність міжнародних злиттів та поглинань у банківському секторі стрімко зростає, але все ще домінують злиття та поглинання всередині країни, що стимулює розвиток глобалізації фінансових ринків.

Статистичні дані стверджують, що окрім країн (Бельгія, Канада, Німеччина, Японія, Нідерланди, Сін-

гапур, Швейцарія) здебільшого прагнуть мати банки, що поглинають інші, тоді як інші країни (Бразилія, Чилі, Латвія, Мексика та Польща), прагнуть мати в банки, якими можуть зацікавитися інші фінансово-банківські установи для подальшого їх поглинання або злиття з ними (табл. 1).

Таблиця 1. Міжнародні злиття та поглинання в розрізі країн

Країна	Банки-покупці	Банки-цілі	Країна	Банки-покупці	Банки-цілі	Країна	Банки-покупці	Банки-цілі
Австралія	53	51	Ісландія	1	0	Оман	1	3
Австрія	54	28	Іспанія	144	106	Пакистан	1	2
Албанія	0	2	Італія	100	108	Панама	1	5
Андорра	0	2	Йордан	2	1	ПАР	30	16
Арабські Емірати	1	0	Казахстан	0	3	Парагвай	0	2
Аргентина	9	51	Кайманові о-ви	4	3	Перу	1	21
Багамські о-ви	1	4	Камерун	0	1	Півд. Корея	9	17
Бангладеш	1	0	Канада	76	35	Польща	8	91
Барбадос	2	0	Кенія	0	1	Португалія	37	36
Бахрейн	15	3	Китай	16	5	Пуерто Ріко	1	1
Бельгія	75	42	Кіпр	1	2	Росія	15	24
Бермуди	8	1	Колумбія	6	19	Румунія	1	12
Білорусія	0	2	Коста Ріка	0	1	Сальвадор	0	4
Болгарія	1	10	Кот-Д'Івуар	4	3	Сауд. Аравія	8	0
Болівія	0	2	Крит	3	18	Сінгапур	36	9
Боснія	0	3	Кувейт	7	0	Словакія	4	7
Ботсвана	0	1	Латвія	2	23	Словенія	1	3
Бразилія	7	54	Литва	1	11	Сх. Німеччина	0	3
Бруней	1	2	Ліван	2	10	США	274	274
Бутан	0	2	Лівія	5	0	Таджикистан	0	1
Вануату	0	1	Ліхтенштейн	5	3	Тайланд	0	30
Великобританія	205	184	Люксембург	28	36	Тайвань	13	7
Венесуела	7	16	Мадагаскар	0	1	Танзанія	0	2
В'єтнам	0	4	Македонія	0	6	Того	0	1
Вірменія	1	0	Малаїві	1	1	Тонга	0	3
Габон	0	1	Малайзія	23	15	Туніс	2	2
Гана	0	1	Малі	0	1	Турція	8	6
Гібралтар	0	1	Мальта	1	4	Уганда	0	2
Гонконг	33	72	Мексика	5	30	Угорщина	4	49
Греція	14	8	Мозамбік	0	4	Узбекистан	0	1
Данія	24	19	Молдовія	0	1	Україна	1	8
Домінік. Респ-ка	0	1	Монако	2	5	Уругвай	0	7
Еквадор	4	1	Намібія	1	0	Філіппіни	4	30
Естонія	8	22	Непал	0	1	Фінляндія	17	16
Єгипет	2	6	Нігерія	0	2	Франція	219	159
Заїр	1	2	Нідерланди	122	38	ЦАР	0	2
Замбія	0	1	Нікарагуа	0	1	Чад	0	1
Зімбабве	0	4	Німеччина	228	84	Чехія	5	30
Ізраїль	1	9	Нова Зеландія	5	32	Чілі	4	27
Індія	0	13	Норвегія	6	18	Швейцарія	128	73
Індонезія	5	30	О-ви Гернсі	1	3	Швеція	157	17
Ірландія	31	20	О-ви Джерсі	0	2	Шрі Ланка	0	5
			О-ви Фіджі	0	2	Ямайка	0	3
						Японія	91	7

Джерело: Claudia M. Buch, Gayle DeLong . Cross-border mergers: what lures the rare animal? , Washington, 2002

З таблиці можна побачити, що розгляд процесу злиття та поглинання в банківському секторі потрібно за регіональним розподілом. Так, наприклад, в Європі одна третина всіх злиттів та поглинань банків стосувалася партнерів з різних країн. В Азії частка таких злиттів дорівнює 40 відсоткам, в той час як в Америці злиття та поглинання національних банків з іноземними не перевищують 10 відсотків.

Саме тому, що міжнародні злиття та поглинання банків мають обмежений успіх, вони є порівняно рідкими в міжнародній практиці. Процеси злиття та поглинання банків, що розташовані в різних країнах, знижують або підвищують банківські ризики. Як правило, іноземні банки на розвинених фінансових ринках тяжіють бути менш результативними та підготованими ніж їх національні "дайвери". Злиття та поглинання є вагомим ме-

тодом проникнення на новий ринок, і саме тому інколи міжнародні банківські злиття та поглинання створюють банківські установи, які не можуть успішно конкурувати на ринку приймаючої країни.

Злиття та поглинання супроводжуються конкретними негативними наслідками та ризиками. Злиття неодмінно призводить до зміни в організаційній структурі банків, спричиняють зменшення чисельності працівників. Великі компанії можуть обмежувати конкуренцію і таким чином порушити правила економічної конкуренції. Добре відомо, що ці установи часто стають занадто великими щоб дозволити собі "провал". Це може привести до необережної кредитної політики, тому що ці банки покладаються на те, що вони будуть врятовані державою або міжнародною організацією.

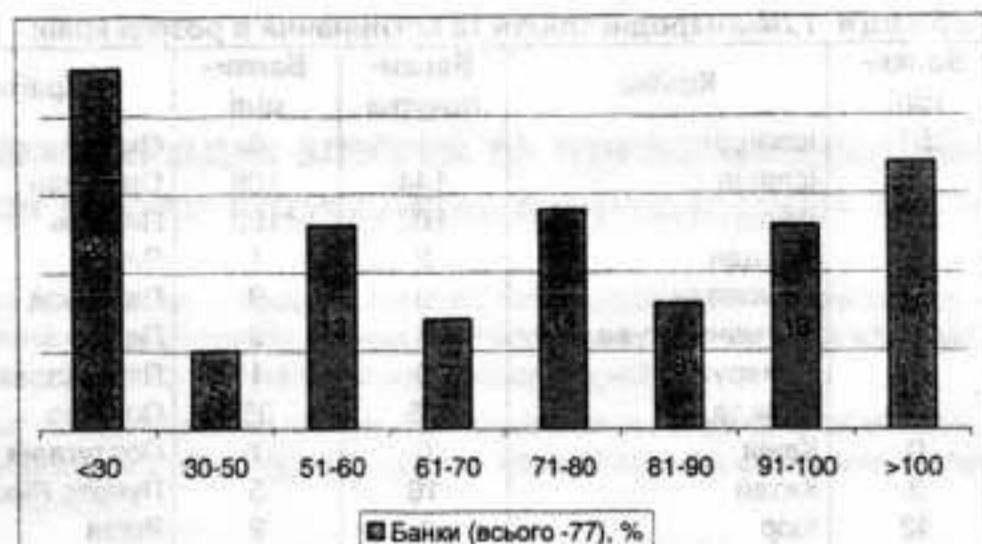


Рис. 2. Реальне збільшення доходів порівняно з бажаними, %

Джерело: побудовано за даними: Scott Christofferson, Robert McNish, Diane Sias. Damned winners: the mistakes of mergers//The McKinsey Quarterly, 2004, #2

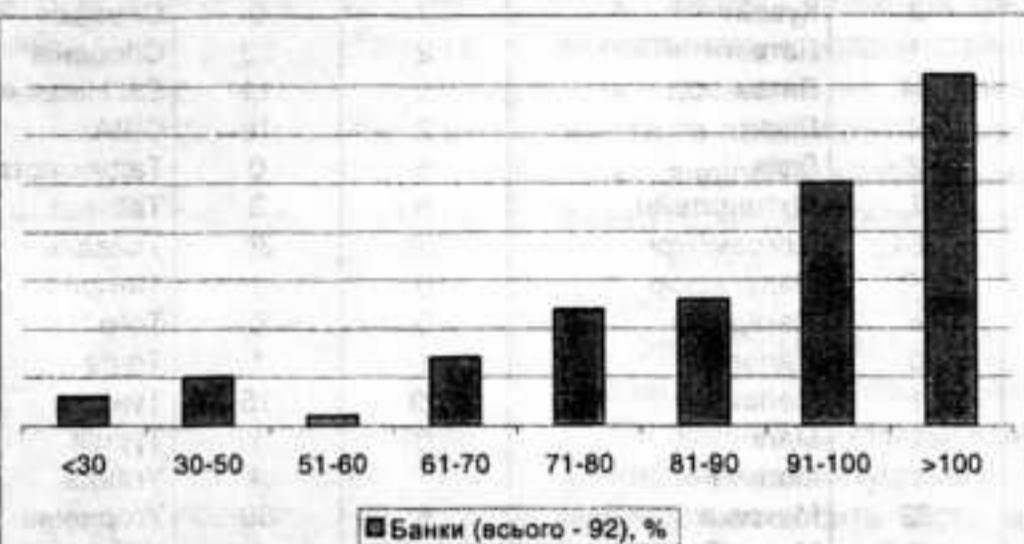


Рис. 3. Реальне зниження витрат порівняно з бажаним, %

Джерело: побудовано за даними: Scott Christofferson, Robert McNish, Diane Sias. Damned winners: the mistakes of mergers//The McKinsey Quarterly, 2004, #2

Тим паче, що дуже мало банків отримують від злиттів та поглинань те, що вони очікують (частка невдалих угод складає 70 %, рис. 2.). Частково це має місце, тому що вони переоцінюють величину синергічного ефекту. Більшість повільно зростаючих банків так і не набрали задовільних темпів росту, а зростання доходів багатьох банків, що до злиття показували непогані результати, призупинилися. Ще менше, тих, що порівнюють реальні та прогнозовані результати, що є неправильним, адже систематично аналізуючи накопичений в процесі поглинання досвід, топ-менеджер наступного разу звільнить свою компанію від зайвих витрат та очікувань, що ніколи не збудуться. Компанії ж, що успішно пройшли процес злиття, завдяки створення значної вартості добиваються швидкого росту і виходять на якісно новий рівень. Деякі компанії повністю трансформуються в результаті об'єднання; так, швейцарська група UBS набрала сили, здійснивши цілу низку поглинань (однією з найбільших угод стала купівля Swiss Bank Corporation). Часто партнери не приділяють належної уваги відмінностям корпоративних культур банків, що зливаються і тому не можуть по справжньому об'єднати колектив. Найчастіше процес інтеграції затягується на невизначений термін і банк втрачає клієнтів та найкращих співробітників. Незаслужено велике значення надається короткостроковим ефектам у збиток довгостроковим цілям.

Приблизно в 60 % випадків при проведенні злиттів вдається досягнути запланований рівень зниження витрат, хоча майже в кожному четвертому випадку можливість зниження витрат переоцінюється більш ніж на 25 % (рис. 3). Такий прорахунок при оцінці може привести до помилки ціною в 5 – 10 % загальної вартості. Так, при проведенні одного злиття чиста теперішня ва-

ртість компаній, що поглинається (вартість до поглинання плюс "базові" синергії) складає 2,5 млрд. дол. Хоча якби покупець переоцінив ефект потенційного зниження витрат під впливом синергії на 25 %, то ця б цифра була б меншою і складала б 2,3 млрд. дол.

Вище зазначені недоліки процесу злиття та поглинання банківських установ піднімають питання про доцільність міжнародних злиттів та поглинань. Адже такі фактори, як географічна віддаленість, різність мов, культур чи перешкодження регулятивних/контролюючих органів міжнародній активності зменшують головні плюси міжнародної консолідації.

Також важливим питанням є необхідність консолідації банків, що діють в країнах з переходною економікою. Які мотиви спонукають банківські установи вступати в процес злиття та поглинання з іноземними:

1. Банки в розвинених країнах залишають далеко позаду своїх колег, що діють в умовах переходної економіки, особливо у питаннях капіталу. Зрозуміло, що вхід великих банків на міжнародні ринки, на яких присутня "жорстка" конкуренція, є складним та фактично неможливим явищем навіть з плином часу.

2. Банки в країнах з переходною економікою наразі піддаються приватизації або вже пройшли цей процес. Приватизація банків в країнах з переходною економікою можлива лише за умови, що брати участь в цьому процесі буде заможний стратегічний партнер. Тобто шляхом поглинання зарубіжним банком.

3. Після 1990 року в багатьох країнах з переходною економікою почалося зростання маленьких банків, багато з яких є нежиттєздатними.

4. Міжнародні злиття та поглинання створюють сприятливі умови для передачі зарубіжного досвіду

роботи та ноу-хау, а також форм менеджменту (корпоративного управління), які, у протилежному випадку, не були б можливими. Взагалі існування національних банків з слабким менеджментом веде до тривалого "виробництва" поганих позик.

В країнах з перехідною економікою були спроби створити великі банки за рахунок злиття національних банків. Однак, ці спроби не мали успіху з тих причин, що новостворені банки мали поганий менеджмент і тому їх економічна позиція не могла бути покращена завдяки злиттю.

З юридичної точки зору, входження зарубіжного капіталу відбувається в різноманітних формах. В деяких країнах (Угорщина та певною мірою Польща), місцеві банки поглинаються через їх купівлю за результатами якої вони стають дочірніми зарубіжними банками. В інших країнах (Чехія та Словаччина) банки також зазнають процесу купівлі, але залишаються юридично самостійними.

В деяких країнах з перехідною економікою (Угорщина, Польща) поглинання національних банків більшими іноземними банками більшою або меншою мірою закінчилося, в той час як в інших країнах (Чехія, Словаччина) процес ще триває, але закінчується в найближчий час, хоча є й країни (Україна) де цей процес тільки починається. Деякі держави намагаються захищати свої банки, які знаходяться в їхній власності, від іноземних "загарбників".

На даний момент досить актуальним є питання злиття та поглинання банків, що діють на українському ринку фінансових послуг. Адже у серпні місяці австрійською групою "Raiffeisen International" був куплений акціонерний поштово-пенсійний банк "Аval". За міжнародними стандартами реальною та імовірною ціною продажу банку є подвійна вартість його ринкового капіталу і тому за даними експертів вартість "Аvalia" складала від 860 млн. до 1 млрд. доларів. Як вже відомо, ціна продажу банка склада 1,028 млрд. доларів, що на думку тих самих експертів є дещо завищеною. Така висока, за оцінками ринку, ціна створює умови, при яких інші українські банки, що ведуть переговори з іноземними щодо можливого продажу, будуть намагатися завищити свою ціну. До кінця 2007 року банки "Аval" та "Райффайзенбанк" (Україна) будуть об'єднані в одну фінансову установу, яка стане найбільшим учасником українського банківського ринку. Зі свого боку, "Raiffeisen International" на цьому кроці не думає зупинятися. Ця покупка була лише стартовою в цілій серії подібних.

На початку вересня було офіційно заявлено, що зацікавленість в купівлі ще одного українського банку "Укрсоцбанк" проявляють близько 15 фінансових установ. Більшість з них з західноєвропейських країн, є також з Росії та країн Близького Сходу. В свою чергу цю інформацію підтверджує міжнародна рейтингова компанія "Standard&Poor's", за даними якої утода може мати суттєвий вплив на клієнтську базу та бізнес-стратегію банку, а також на його можливості щодо збільшення капіталу. Ще в серпні з'явилася інформація про можливий продаж іншої національної фінансової установи – "УкрСиббанку", а також про проведення закритого тендера в ході якого будуть розглянуті заявки потенційних покупців.

Хоч національна банківська система досить добре виглядає на внутрішньому ринку, але при розгляді її в міжнародному аспекті ліск губиться. У свою чергу, багато проблем може вирішитися, якщо українська банківська система прийме західні банки, що будуть приходити на ринок банківських послуг завдяки процесам злиття та поглинання. Хотілося б зазначити основні з них:

1. Питання залучення коштів у банківську систему. Адже не заважаючи на прогрес у своєму розвитку національна банківська система залишається слабкою: її активи на душу населення хоча і зросли за рік більше ніж у півтора рази, складають в Україні лише 650 євро (тоді як у Росії – більш 1000 євро, у нових членах ЄС – 3-6 тис., а в старих – майже 70 тисяч).

2. Низький рівень фінансового посередництва: обсяг кредитів (депозитів) банків в економіці складає приблизно чверть ВВП. В єврозоні цей показник перевищує 75 % ВВП (серед нових членів ЄС – не менш 40 %). Українські підприємства вказують, що серед джерел інвестування банківські кредити складають менше десятої частини.

3. Досить дороге залучення коштів: на тлі інфляції 2002 року ставки по депозитах перевищували 20 % річних. Відповідно, населення дуже складно переконати у необхідності заощаджень, у т.ч. у вигляді банківських депозитів, якщо при близько 12 % інфляції прибутковість депозитів не буде істотно перевищувати цю величину.

4. Питання високих ризиків в банківській системі. Створення реєстрів кредиторів, заставного майна і т.д. почалося досить недавно, законодавство, як і раніше, містить елементи соціалістичної економіки, що створює precedenti для шахрайства з метою неповернення кредитів.

5. Завищення банками питомої ваги витрат на власну діяльність (адміністративні витрати), що значно перевищують показники їхніх європейських колег і найчастіше заважають оцінити справжню прибутковість того або іншого банку.

Підсумовуючі вище наведене можна зробити такі висновки:

По-перше, тенденція злиттів та поглинань представляє одну з найбільш серйозних тенденцій в розвитку банківської системи. Ця тенденція буде без сумнівів зберігатися та вести до зменшення кількості банків та збільшенню банківської консолідації.

По-друге, тенденція до злиттів та поглинань також є очевидною в країнах Центральної та Східної Європи. В цих країнах, злиття та поглинання відбуваються через повний продаж банків чи продаж частини державної власності іноземним власникам. Ці країни також будуть свідками зниження чисельності банків, розчинення маленьких банків, що є не придатними до існування та поглинання ринку іноземними банками.

По-третє, процес міжнародних злиттів та поглинань банків досяг і України, що в свою чергу видно з вище наведених прикладів і веде до стабілізації та покращення ситуації, що склалася в теперішній час в українській банківській системі. Адже банки України досить молоді (найстарші з них були засновані в 1989 році) і не мають досвіду зарубіжних банків. Саме, тому процес поглинання українських банків іноземними можна оцінити позитивно, як для самих банківських установ, так і для їх клієнтів, що будуть мати з цього свій зиск.

1. Claudia M. Buch, Gayle DeLong. Cross-border mergers: what lures the rare animal? – Washington, 2002. 2. Scott Christofferson, Robert McNish, Diane Sias. Damned winners: the mistakes of mergers // The McKinsey Quarterly. – 2004. – №2. 3. Prof. Otto Sobek, CSc. Bank mergers and acquisitions // BIATEC. – 2000. – № 12. 4. Владимир Федоров. Українські банки – на распродажу? // Журнал Банк. – 2005. – № 18.

Надійшла до редакції 14.11.05

Л. Анісімова, канд. фіз.-мат. наук

## ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

**Проаналізовано необхідність використання мереж Петрі при моделюванні технологічних процесів. На прикладі виробничих процесів конвеєрного типу побудована та проаналізована інтерпретована мережа Петрі.**

**Necessity of Petti networks are analyzed by modeling technological process. On the basis of production process of conveyor type Patti network was built and analyzed.**

Розвиток технологій – одна з найбільш актуальних проблем сучасного постіндустріального суспільства. Які технології необхідні, які інновації необхідно впроваджувати по відношенню до діючих технологічних процесів підприємства? На ці та багато інших питань повинні знаходити відповіді менеджери сучасних підприємств, тому що технологічний прогрес – динамічний шлях інтенсифікації технологічних режимів при впровадженні науково-технічних досягнень у виробництво. Основною метою технологічного прогресу є створення оптимального режиму функціонування технологічної системи, який забезпечує найвищий рівень її економічної ефективності.

Інструментом підтримки у пошуках ефективних управлінських рішень є моделювання. Модель дозволяє отримати:

- інформацію о процесах, які відбуваються всередині технологічної системи;
- характеристику об'єкта до проектування та аналізу його;
- інформацію, яка використовується для управління прогнозуваним об'єктом;
- необхідні параметри для створення найкращого технологічного режиму, т. б., оптимізації ефективності техніко-експлуатаційних та техніко-економічних параметрів.

Моделі, які описують незмінні у часі характеристики об'єкта називаються стаціонарними, які описують переходні стани, нестаціонарні – динамічні.

Мережі Петрі розроблялися спеціально для моделювання тих систем, що містять взаємодіючі рівнобіжні компоненти. Вперше мережі Петрі запропонував Карл Адам Петрі в 1962 році для моделювання асинхронних інформаційних потоків у своїй докторській дисертації "Komunikation mit Automaten" [1]. Петрі сформулював основні поняття теорії зв'язку асинхронних компонент обчислювальної системи. Зокрема, він докладно розглянув опис причинних зв'язків між подіями. Його дисертація присвячена, головним чином, теоретичній розробці основних понять, із яких почали розвиток мережі Петрі.

Моделюючі можливості мереж Петрі та їх ефективність при застосуваннях пояснюються, перш за все, тим, що мережа Петрі – це інтеграція графа, який задає статичні відношення між компонентами системи, та взаємодія, які задають дискретну поведінку системи. Таким чином, мережа Петрі може бути одночасно статичною і динамічною моделлю складної системи.

Основним концептуальним здобутком мережі Петрі є формалізація елементарного акту взаємодії об'єктів. Петрі використав дуже прості засоби для виразу взаємодій. Це дало можливість побудувати чітку алгоритмічну теорію мереж Петрі. Для засобів моделювання складних процесів такої формалізації недостатньо, тому що втрачається адекватність опису взаємодіючих процесів. В реальному житті взаємодіючі об'єкти можуть мати складну індивідуальність, а також сам акт взаємодії може бути складним процесом. Тому для адекватного моделювання треба розробити розширення мережі Петрі з врахуванням складності процесів взаємодій, але при цьому не загубити просту структурованість, притаманну мережам Петрі.

Першим етапом є використання розфарбованих мереж Петрі. Тут вже враховуються класи (імена) того, що підпадає під взаємодію. На другому етапі, якщо необхідно, вводиться більш складна інтерпретація об'єктів і взаємодій.

При розробці бажаного методу проектування, аналізу та моделювання складних процесів треба враховувати наступне. Метод повинен дозволяти:

1. досягти потрібного ступеня адекватності моделі задачі самій реальній задачі;
2. абстрагуватися від конкретних алгоритмів вирішення окремих підзадач, які можуть бути важко формалізованими;
3. надати результати аналізу в природній для користувача формі.

Наразі розвинуто декілька загальних прийомів, які дозволяють успішно будувати (проектувати) моделі складних процесів. Так, наприклад, відомий метод Рамбо (Rumbaugh), розроблений в General Electric Corporation і відомий також як "техніка моделювання об'єкту", заснований на таких принципах:

- опис об'єкта проектування є опис різних його станів процесу його перспективного функціонування;
- поточний стан процесу функціонування об'єкта, що проектується, може бути описаний шляхом опису поточних станів об'єктів, що входять до його складу, і пов'язаних з ним фізичних об'єктів, що входять або не входять в опис процесу "макропідхід", а саме, опис тільки по "входу" та "виходу";
- процес функціонування об'єкту, що проектується, є частиною якогось більш загального процесу, і в його рамках взаємодіє з іншими процесами свого рівня, що викликає необхідність визначення рівня процесу, який породжує кожне обмеження на хід протікання загального процесу.

Методологія Рамбо легко вкладається в методологію розфарбованих ієрархічних мереж Петрі.

Використання ієрархічної розфарбованої мережі Петрі в якості засобу моделювання і аналізу протікання процесу функціонування об'єкта проектування на всіх стадіях його декомпозиції пояснюється наступними причинами:

- мережа Петрі описує протікання процесу по "входу" та "виходу" кожної його стадії;
- ієрархічна структура мережі відповідає ієрархічній структурі задачі функціонування об'єкта проектування;
- в розфарбуванні маркеру мережі можна відобразити і приналежність характеристики тому чи іншому об'єкту та її поточне значення;
- аналіз істотних властивостей процесу функціонування об'єкту проектування зводиться до аналізу відповідних властивостей мережі, а редукована мережа повинна зберігати характеристики вихідної.

Введемо поняття стану, як деяку множину параметрів, яка характеризує об'єкти і взаємодії. Елементарна взаємодія складається з виконання умови взаємодії та зміни станів після взаємодії.

Умова взаємодії може бути складним предикатом від станів передаючих і приймаючих позицій і фішок, а також від стану переходу.

В залежності від свого стану переход при спрацюванні виробляє ці чи інші оператори, які змінюють стани

фішок, що виходять із переходу у вихідні місця. Ці оператори реалізуються як процедури обробки інформаційних середовищ фішок. Припускаємо, що місця також можуть мати взаємодії із фішками та змінювати їх стани. Наприклад, при зберіганні продукції в одному місці можуть змінюватися її якісні показники. Місця також можуть мати обмежену ємність зберігання, а переходи мати обмежену пропускну здатність. Зовнішнє середовище може також впливати на стани фішок, місць і переходів. Наприклад, вона задає час, який реалізується синхронно у станах всіх об'єктів. Тобто параметри зовнішнього середовища можуть входити у стани мережі Петрі. В залежності від задач аналізу і моделювання, а також в залежності від програмних засобів, що використовуються, поняття стан може бути заданим тим чи іншим формальним описом. Це може бути набір даних, які змінюються в процесі функціонування, і які приписані елементам мережі Петрі.

Інтерпретованою мережею Петрі (ІМП) назовемо систему  $(C, R)$ , де  $C$  визначає розфарбовану мережу Петрі, а  $R = (R_\Phi, R_P, R_T)$  задає інтерпретацію фішок, позицій, переходів відповідно.

Інтерпретовані мережі Петрі призначені, у першу чергу, для дослідження складних систем за допомогою системи автоматизованого моделювання. Як правило, при цьому побудова інтерпретованих мереж Петрі здійснюється з урахуванням таких особливостей. У інформаційних середовищах фішок особливу роль грають два виділені компоненти: локальний час  $V_\Phi$ , час чекання  $V_{\text{оф}}$  і пріоритет. Пріоритет фішок впливає на їхній доступ до позицій. Якщо переход може спрацювати на різних фішках (або комбінаціях фішок), то вибирається фішка (або комбінація) із найбільшим пріоритетом (засіб оцінки пріоритету визначається реалізацією).

Кожна позиція і кожний переход можуть бути проідені фішкою тільки за якийсь час, не менше 0. Час  $V_{\text{вх},j}, j=1, n$  проходження фішкою позиції залежить як від інформаційного середовища позиції, так і від середовищ фішок, що утримуються в позиції в момент визначення часу проходження (у тому числі середовища аналізованої фішки). Час  $V_{\text{вх},i}, i=1, m$  проходження переходу залежить від характеристик переходу і середовищ

фішок, для яких воно визначається. У найпростішому випадку час проходження дорівнює константі. Кожна фішка функціонує у свого локального часу. Вихідні функції матриці  $P$  вибирають із вихідних множин відповідних позицій у більшості випадків фішки з мінімальним локальним часом. Вихідні предикати матриці  $Q$ , як правило, визначають (з урахуванням пропускної спроможності позиції) пару  $(V_{\text{вх},i}, V_{\text{вих},j})$ , де  $V_{\text{вх},i}$  можливий час входу в позицію  $i$  для відповідних фішок,  $V_{\text{вих},j}$  – час виходу з неї. Фішка може вийти в позицію  $j$ , якщо  $\bar{t} V_{\text{оф}} = V_{\text{вх},i} - V_{\text{вих},j}$  не більше деякої величини, що характеризує час, відведений на функціонування фішки. У реальних системах  $V_{\text{оф}} \rightarrow \min$ . Забезпечення цієї умови можливо в режимі моделювання за рахунок наявних у мережах Петрі альтернатив спрацьовування переходів і використання ряду критеріїв, що характеризують предметну область. При проходженні переходу  $t_i$ , декількома фішками  $V_{\text{ф}} V_{\text{оф}}$  на виході з переходу визначаються в такий спосіб:  $V = \max V_{\text{ф}} + V_{\text{вх}}, V_{\text{оф}} = V - V_{\text{ф}}, V = V_{\text{ф}}$  (для усіх фішок, які пройшли через переход).

Розглянемо побудову інтерпретованої мережі Петрі на прикладі моделювання виробничих процесів конвеєрного типу. На етапі створення складних систем часто доводиться стикатися з задачами такого типу. Деякий виробничий цех має, наприклад, шість різноманітних груп механізмів (табл. 1). Кожна група складається з визначеного числа механізмів даного типу. У виробничому цеху виконують три різноманітні типи технологічних процесів (табл. 2). Кожний тип технологічних процесів потребує, щоб операції виконувалися за участю визначених типів механізмів у заданій послідовності.

Таблиця 1. Кількість механізмів виробничого цеху

Номер групи	Механізми в групі	Кількість
1	Відливні блоки(ВБ)	14
2	Токарні станки(ТО)	5
3	Стругальні станки(СТ)	4
4	Свердлильні станки(СВ)	8
5	Фрезерні станки(ФР)	16
6	Шліфувальні станки(ШЛ)	4

Таблиця 2. Послідовність технологічних операцій

Тип деталі	Загальне число механізмів, через які потрібно пройти	Послідовність проходження через механізми	Середній час обробки, хвилин.
1	4	ВБ, СТ, ТО, ШЛ	125, 35, 20, 60
2	3	ФР, СВ, ТО	105, 90, 65
3	5	ВБ, ФР, СВ, СТ, ШЛ	235, 250, 50, 30, 25

Необхідно побудувати модель, яка імітує роботу виробничого цеху, і дослідити її.

Побудуємо інтерпретовану мережу Петрі (див. рис. 1) для кожного типу деталі.

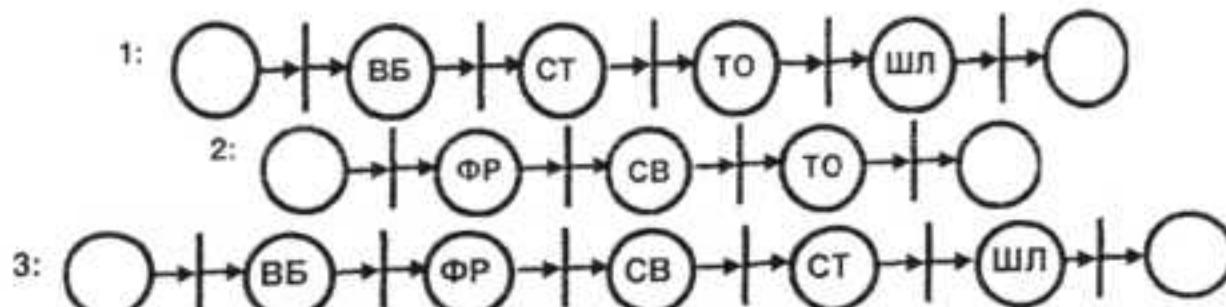


Рис. 1. Послідовності обробки деталей

Використовуючи структуровану мережу Петрі, одержуємо інтерпретовану мережу Петрі, зображену на рис. 2.

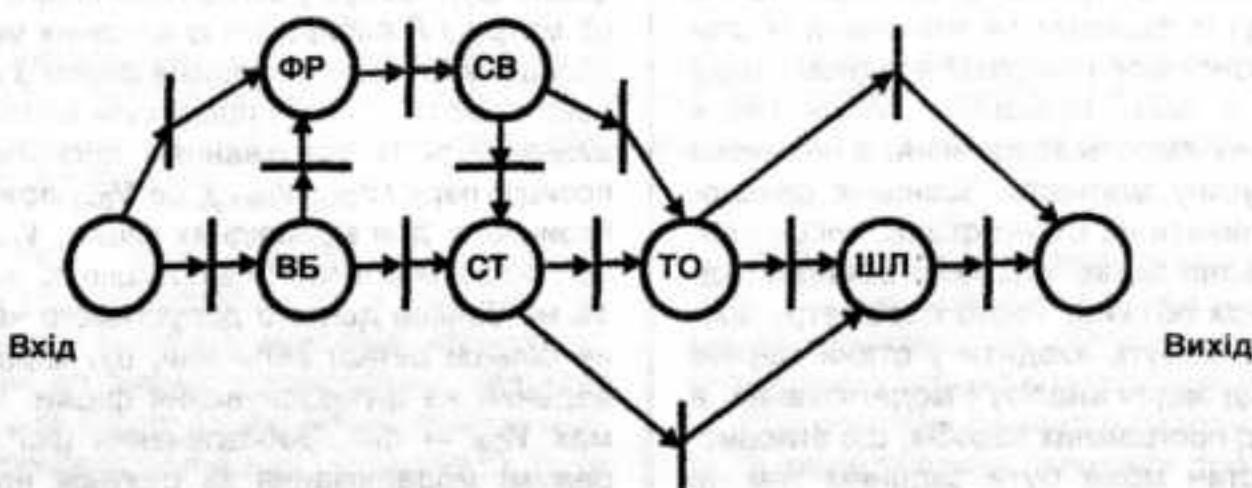


Рис. 2. Мережа Петрі, яка моделює роботу цеху

Кожна позиція має пропускну спроможність, яка дорівнює кількості механізмів у групі (табл. 1). Час проходження кожної позиції вказаний в таблиці 2. На вході генерується послідовність фішок, інформаційні середовища яких на виході з цеху повинні містити інформацію про проходження фішок через цех. Фішки пофарбовані в три кольори за типами деталей, наприклад "\*", "o", "x". Побудована мережа є автоматною. Функції  $\rho_{ij}$  визначають допустимі типи деталей, предикати  $q_{ij}$ , крім того, визначають час входу і виходу у відповідні позиції з урахуванням їх пропускних спроможностей. Функції  $\psi_i$  вироджені. Суміщені позиції інтерпретованої мережі Петрі виробничого цеху, отриманого з інтерпретованих

мереж Петрі кожного типу деталі, мають ті ж самі локальні інформаційні середовища.

Загальна функція обробки деталей у цих позиціях має такий вигляд: якщо надійшла деталь  $k$ -го типу, то виконується перетворення  $f_j^k$ , де  $k = 1, 3, \dots, f_j^k$  програма обробки деталей  $k$ -го типу.

Для різноманітних потоків деталей у режимі моделювання одержуємо статистичні оцінки роботи виробничого цеху.

1. Petri C.A. Kommunikation mit Automaten-Technische Hochschule Darmstadt, 1962.
2. Літерсон Дж. Теория сетей Петри и моделирование систем // Искусство и наука. – М., 1984.
3. Котов В.Е. Сети Петри. – М., 1984.
4. Анісимова Л.А. Балансні мережі Петрі // Вісник Київського університету. Сер. фіз.-мат. науки. – 2000. – Вип. 1. – С. 155–160.

Надійшла до редколегії 18.11.05

Наукове видання



# ВІСНИК

КІЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

## ЕКОНОМІКА

Випуск 88

*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.

Засновник та видавець – Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Свідоцтво Міністерства інформації України про державну реєстрацію засобів масової інформації КІ № 251 від 31.10.97. Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", директор Г.Л. Новікова. Адреса ВПЦ: 01601, Київ, б-р Тараса Шевченка, 14, кімн. 43. ☎ (38044) 239 31 72, 239 32 22; факс 239 31 28



Підписано до друку 23.06.06. Формат 60x84<sup>1/8</sup>. Вид. № 177. Гарнітура Arial. Папір офсетний.  
Друк офсетний. Наклад 500. Ум. друк. арк. 10,0. Обл.-вид. арк. 9,63. Зам. № 26-3488

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: vydav\_polygraph@univ.kiev.ua  
WWW: http://vpc.univ.kiev.ua



Печать

## ИНТЕГРИРОВАННОЕ АГРОБИОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Ред. С. Федоров, И.А. Марков, А.А. Смирнов

Современные технологии в агробиологии и интегрированном производстве зерновых культур, а также в селекции и генетике растений, позволяют решить проблему повышения урожайности и качества зерна, а также улучшить условия для выращивания зерновых культур. Важной задачей является разработка новых технологий, способствующих снижению затрат на производство зерна и повышению его качества. Для этого необходимо проводить комплексные исследования, направленные на оптимизацию технологических процессов, а также на разработку новых сортов зерновых культур, адаптированных к различным условиям выращивания.

Целью конференции является обмен опытом и передача знаний о новейших технологиях в агробиологии и интегрированном производстве зерновых культур, а также обсуждение перспективных направлений дальнейшего развития отрасли. Конференция будет состоять из пленарных заседаний, научных докладов, мастер-классов и круглых столов.

На конференции будут обсуждаться следующие темы:

- Новые технологии в агробиологии и интегрированном производстве зерновых культур;
- Селекция и генетика растений для зернового производства;
- Методы оценки качества зерна и зерновых культур;
- Экономическая эффективность интегрированного производственного комплекса;
- Межотраслевые взаимодействия в агробиологии и интегрированном производстве зерновых культур.

Конференция будет полезна для специалистов сельского хозяйства, научных работников, студентов и аспирантов, а также всех интересующихся вопросами агробиологии и интегрированного производственного комплекса.

Приглашаем всех желающих принять участие в конференции и подать заявку на участие в пленарном заседании. Дата проведения конференции: 15-16 марта 2018 года. Место проведения: Самарский государственный аграрный университет, Самара, Россия. Телефон для связи: +7 (846) 23-99-999. Электронная почта: info@agrobiology.ru.

### ПРИЕМ ЗАЯВОК НА УЧАСТИЕ

Лица, желающие принять участие в конференции, должны подать заявку не позднее 15 февраля 2018 года. Заявка должна содержать следующую информацию:

"Приглашение с боярской" - это приглашение на конференцию  
15-16 марта 2018 года в Самару.  
Составляется заявка на участие в конференции  
наименование участника, фамилия, имя, отчество  
и контактная информация.

Наукова бібліотека  
ім. М. Максимовича  
**КНУ**  
ім. ТАРАСА ШЕВЧЕНКА



**11539JB**

45 - чит зал периодики та дисерт | 18.50

ISSN 1728-3817

A standard linear barcode is positioned vertically on the left side of the page. It consists of vertical black bars of varying widths on a white background. To the right of the barcode, the number "35>" is printed in a small, black, sans-serif font.

9 771728 381009