
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ІНСТИТУТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

ВИПУСК 95

(ЧАСТИНА II)

КИЇВ – 2011

Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць.
Випуск 95. Частина II (у двох частинах).

К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Інститут міжнародних відносин, 2011. – 194 с.

У збірнику вміщені матеріали конференції молодих вчених «Актуальні проблеми міжнародних відносин», яка відбулася 21 жовтня 2010 року в Інституті міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Розраховано на викладачів, наукових співробітників, аспірантів та студентів.

Редакційна колегія:

| | |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| Губерський Л. В., | д-р філософ. наук, проф., академік НАН України (головний редактор); |
| Вергун В. А., | д-р екон. наук, проф.; |
| Дайнеко В. В., | канд. філол. наук, проф.; |
| Денисов В. Н., | д-р юрид. наук, проф.; |
| Довгерт А. С., | д-р юрид. наук, проф., член-кор. АПрН України; |
| Кисіль В. І., | д-р юрид. наук, проф.; |
| Копійка В. В., | д-р політ. наук, проф.; |
| Коппель О. А., | д-р істор. наук, проф.; |
| Крижанівський В. П., | д-р істор. наук, проф.; |
| Крушинський В. Ю., | д-р політ. наук, проф.; |
| Макаренко Є. А., | д-р політ. наук, проф.; |
| Манжола В. А., | д-р істор. наук, проф.; |
| Матвієнко В. М., | д-р істор. наук, проф.; |
| Муравйов В. І., | д-р юрид. наук, проф.; |
| Пахомов Ю. М., | д-р екон. наук, проф., академік НАН України; |
| Перепелиця Г. М., | д-р політ. наук, проф.; |
| Пирожков С. І., | д-р екон. наук, проф., академік НАН України; |
| Пузанов І. І., | д-р екон. наук, проф.; |
| Рижков М. М., | д-р політ. наук, проф.; |
| Рогач О. І., | д-р екон. наук, проф.; |
| Скороход Ю. С., | д-р політ. наук, проф.; |
| Філіпенко А. С., | д-р екон. наук, проф.; |
| Фурса С. Я., | д-р юрид. наук, проф.; |
| Шемшученко Ю. С., | д-р юрид. наук, проф., академік НАН України; |
| Циганов С. А., | д-р екон. наук, проф.; |
| Шнирков О. І., | д-р екон. наук, проф. (заст. головного редактора). |

Відповідальний редактор: **Римська Т.Ю.**

Адреса редакційної колегії: 04119, Київ, вул. Мельникова, 36/1,
Інститут міжнародних відносин; тел. 481-44-14.

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, імен власних та інших відомостей.

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

*Бояр А.О.**

ПЕРІОДИЗАЦІЯ РОЗВИТКУ БЮДЖЕТНОЇ СИСТЕМИ ЄС

Початком становлення бюджетної системи ЄС прийнято вважати підписання Договору про заснування Європейської спільноти вугілля та сталі у Парижі 18 квітня 1951 р. Протягом своєї майже 60-річної еволюції бюджетна система ЄС перетворилась з простого адміністративного кошторису у складну систему формування та розподілу суттєвих за своїм обсягом фінансових ресурсів. Вона пройшла через ряд труднощів і криз і пов'язаних з ними трансформацій, однак, не дивлячись на це, і сьогодні продовжує виконувати функцію головного «енергоносія» європейської інтеграції.

Пропонуємо виділяти **6 етапів розвитку бюджетної системи ЄС**, а саме:

- становлення первинної системи (1951-1975 рр.);
- криза бюджетних фінансів (1976-1987 рр.);
- реформування бюджетної системи: пакет Делора I (1988-1992 рр.);
- підтвердження бюджетних реформ: пакет Делора II (1993-1999 рр.);
- підготовка бюджетної системи до найбільшого розширення: пакет «Агенда-2000» (2000-2006 рр.);
- політичні виклики та бюджетні засоби розширеного ЄС (2007-2013 рр.).

Наведемо основні риси кожного з них.

Протягом **1951-1975 років** система фінансування процесів європейської інтеграції знаходилась на етапі становлення. Головними досягненнями цього періоду слід вважати уніфікацію та об'єднання бюджетних структур усіх європейських спільнот, зростання їх фінансової автономії, формування балансу між бюджетними повноваженнями інституцій Спільнот. Першими випробуваннями і, з другого боку, факторами розвитку бюджетної системи стали перше розширення 1973 р. і формування яскраво виражених спільних політик Спільнот. Визначальний вплив на розвиток бюджетної системи ЄС мали підписання Договору про злиття (1965 р.), Люксембурзького (1970 р.) і Брюссельського договорів (1975 р.), а також прийняття першого Рішення Ради щодо власних ресурсів Спільнот (1970 р.).

1976-1987 роки стали найскладнішими щодо розвитку бюджетної системи Європейських спільнот. Їх не безпідставно можна називати кризою фінансів ЄС. Причинами цієї кризи стали протиріччя між Радою Європейських спільнот (далі – Рада) і Європейським парламентом (далі – Парламент) щодо поділу бюджетних повноважень, суттєві негативні сальдо окремих держав-членів у єдиному бюджеті та нестача фінансових ресурсів в умовах зростаючих потреб Спільнот. Як результат – виникли протистояння між державами-членами Спільнот і між їх інституціями, бюджети ряду років були прийняті з понад піврічним запізненням, що, безперечно, суттєво загальмувало процеси європейської інтеграції в цілому.

* доцент кафедри міжнародних економічних відносин Волинського національного університету імені Лесі Українки

Реформи бюджетної системи 1988 р. одержали назву «Пакет Делора I» (від імені Жака Делора – Голови Європейської комісії (далі – Комісія) у той час). За цей період у Спільнотах було сформовано стабільні, надійні й адекватні поставленим цілям фінансові ресурси, посилено бюджетну дисципліну та створено механізм більш справедливого розподілу бюджетних зобов'язань між державами-членами. Пакетом Делора I також було покладено кінець проблемі дефіциту фінансових засобів. Незважаючи на те, що обсяги видатків за усіма основними категоріями, встановленими у фінансовій перспективі на 1988-1992 рр., були збільшені, вони у жодному з років не перевищили ліміту на власні ресурси.

Не дивлячись на менш сприятливі економічні умови (реcesія 1992-1994 рр.), **пакет Делора II** у цілому також був успішним. Річні бюджети у період 1993-1999 рр. вдавалося утримувати в межах встановлених фінансовою перспективою лімітів власних ресурсів, хоча вони і наближалися у кризові роки до критичних значень. Одночасно зі зменшенням часток традиційних власних ресурсів і ресурсу ПДВ у дохідній частині бюджету ЄС суттєво зросла вага четвертого власного ресурсу – ресурсу ВВП, який проявив себе як більш надійний і справедливий. Широкого поширення набула практика підписання документів, спрямованих на вироблення спільних позицій інституцій ЄС і уникнення міжінституційних конфліктів (міжінституційні угоди, спільні декларації тощо). Зміни у бюджетній системі ЄС, здійснені в рамках пакета Делора II, досягнули своєї основної мети – підтвердили функціональність принципів, впроваджених у 1988 р.

У **період 2000-2006 років** бюджетна система ЄС успішно і стабільно розвивалась на основі норм, напрацьованих у попередні два періоди (пакети Делора I і II). Головним випробуванням цього періоду для Спільнот стало найбільше в її історії розширення на схід. З огляду на нижчі показники розвитку і добробуту країн-кандидатів були запроваджені спеціальні передвступні та післявступні бюджетно-фінансові механізми, які дозволяли знайти такий варіант членства, який би влаштував обидві сторони. Серед них слід виділити програми передвступної допомоги країнам-кандидатам, виплата компенсацій новим країнам-членам з бюджету ЄС у перші роки після вступу, поступове (протягом десяти років) впровадження прямої допомоги фермерам з єдиного бюджету у нових країнах-членах тощо.

2007-2013 роки розвитку бюджетної системи ЄС відзначаються більш жорстким обмеженням видаткової частини бюджету (на рівні 1 % ВНД ЄС), впровадженням додаткових правил коригування негативних нетто-балансів у бюджеті ЄС для окремих країн-членів, створенням нових і деяким реформуванням існуючих фондів, подальшим посиленням політики згуртування і зменшення значення спільної сільськогосподарської політики. Відбулося також зменшення кількості категорій видатків у новій фінансовій перспективі з 7 до 5, що покращило можливості «маневрування» коштами в межах однієї категорії при прийнятті щорічних бюджетів ЄС. Знаменною подією цього періоду стало набуття чинності Лісабонською угодою, якою внесені суттєві зміни до процедури прийняття щорічних бюджетів ЄС і деякі інші корективи до існуючої бюджетно-фінансової практики.

*Рилач Н.М.**

КРИТЕРІЇ КОНВЕРГЕНЦІЇ ТА ІНДИКАТОРИ НАБЛИЖЕННЯ НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ СФЕРИ ДО ЄС

Вирішуючи питання наближення науково-технологічної сфери до стандартів ЄС України треба кардинально змінити структурні характеристики вітчизняної економіки, привести основні індикатори розвитку науково-технічної сфери у відповідність до стандартів ЄС і, що має особливо важливе значення, підвищити рівень розвитку високих технологій, забезпечити прискорений розвиток таких науко- та технологоемних галузей як радіо-технічні, телебачення, засоби зв'язку, а також аерокосмічна, виробництво нових матеріалів та точного приладобудування, тобто тих виробів і технологій, в яких є потреба на ринках країн ЄС та які здатні до ефективної конкуренції, а отже, можуть стати «локомотивами» високотехнологічного зростання в Україні.

При розробці критеріїв наближення науково-технічної сфери України до стандартів ЄС спиратися на основні тенденції процесу глобалізації науково-технологічної сфери, головними акторами якої є потужні інноваційні інституції з розвинутою технологічно-інноваційною й освітньою мережею, які спроможні трансформувати результати глобалізації в національних інтересах. Дані критерії повинні спиратися на основні стандарти функціонування Європейського дослідницького простору, відповідати основним цілям новітнього етапу його розвитку. Взаємодія критеріїв конвергенції різних країн є вищою формою кооперації науково-технологічної діяльності (співробітництва у науково-технологічній сфері). Структурна взаємодія між державами у науково-технологічній сфері відображає глибинні сутнісні риси міжнародної науково-технологічної кооперації або міжнародного співробітництва у науково-технологічній сфері, набуваючи своїх особливостей, напрямів і динаміки розвитку. Формою реалізації НТР у країні є створення національної інноваційної системи. Ефективне включення країни до міжнародної системи науково-технологічної кооперації за допомогою взаємодії національних інноваційних систем країн на рівні їх структурних елементів свідчить про нову якість співробітництва в даній галузі.

Отже, вирішуючи питання пошуку шляхів наближення європейських стандартів у науково-технологічній сфері на Україні, моніторингу процесу функціонування Європейського дослідницького простору, створення в Україні економіки, яка ґрунтується на знаннях та участі нашої держави в глобальному розповсюдженні технологій, пропонуємо наступні критерії конвергенції та індикатори, які, в свою чергу, спираються на нові стандарти функціонування науково-технічної сфери ЄС:

• КРИТЕРІЇ, ОРІЄНТОВАНІ НА НАБЛИЖЕННЯ ДО СТАНДАРТІВ ЛІСАБОНСЬКОЇ СТРАТЕГІЇ ЄС.

1. **Суспільні інвестиції в знання.** Індикатор: *Державне фінансування в сферу досліджень та розробок та вищу освіту, як частка у ВВП.*
2. **Національна інтеграція у міжнародну систему досліджень.** Індикатор: *Частка національного державного фінансування у транснаціонально скоординовані дослідження.*
3. **Інтенсивність дослідницької бази бізнесу.** Індикатор: *Витрати бізнесу на дослідження та розробки / ВВП на душу населення та їх зміна у реальному вимірі.*

* молодший науковий співробітник науково-дослідної частини Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

4. **Рух до створення економіки, яка ґрунтується на знаннях – структурні зміни.** Індикатор: *Зміна частки загальної доданої вартості, яка вноиться по секторам пропорційно до зайнятих з науковим ступенем.*

5. **Продуктивність економіки.** Індикатор: *Зміна частки продуктивності погодинної праці для всієї економіки та для її інноваційно активної частини (що визначена індикатором 4)*

6. **Внесок сфери досліджень та розробок у вирішення основних суспільних (соціальних) завдань.** Індикатор: *Частка наукових публікацій та патентних заявок на тему глобальних суспільних викликів.*

• КРИТЕРІЇ, ОРІЄНТОВАНІ НА ОСНОВНІ СТАНДАРТИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСЛІДНИЦЬКОГО ПРОСТОРУ.

1. **Кооперація та єдність дійових осіб Європейського дослідницького простору.** Індикатор: *Частка публікацій у співавторстві з партнерами з ЄС.*

2. **Міжнародна кооперація у сфері науки та технологій відкритість до світу.** Індикатор: *Частка публікацій у співавторстві з партнерами, з країн – не членів ЄС.*

3. **Мобільність дослідників та розвиток кар'єри дослідника.** Індикатор: *Відсоток науковців зі ступенем, які отримали його в країнах ЄС чи працюють в цих країнах.*

4. **Переміщення знань між приватним та державним секторами.** Індикатор: *Частка досліджень, виконаних на замовлення приватного сектору.*

5. **Пан-європейська інфраструктура досліджень.** Індикатор: *Частка фінансування, спрямованого на нову пан-європейську дослідницьку інфраструктуру, у Рамковій програмі та інші міжнародні угоди.*

6. **Рівень активності у продукуванні наукового продукту.** Індикатор: *Частка витрат на дослідження та розробки у ВВП.*

7. **Переваги бази науки та технологій.** Індикатор: *а) Світова частка найцитованіших публікацій, у загальній кількості світових публікацій. б) Світова частка серед університетів, які проводять академічні дослідження.*

8. **Людський капітал Європейського дослідницького простору.** Індикатор: *Кількість зайнятих, які мають науковий ступінь.*

9. **Інновації, які базуються на знаннях.** Індикатор: *Інноваційні підприємства, як відсоткова частка від всіх фірм.*

10. **Міжнародна привабливість країни для ведення інноваційного бізнесу та інвестицій у інновації.** Індикатор: *Частка витрат на дослідження та розробки нерезидентів у загальному обсягу приватних витрат на дослідження та розробки в країні.*

• ОСНОВНІ ІНДИКАТОРИ РОЗВИТКУ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ СФЕРИ КРАЇНИ

Таблиця 1.

| Науково-технологічна сфера | Індикатори розвитку науково-технологічної сфери країни |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Дослідницька | 1.1 Стан кадрового потенціалу науково-технологічної сфери: - частка у високо-та середньотехнологічних галузях виробництва; - частка осіб з вищою освітою; - частка осіб, працюючих в сфері високотехнологічних послуг. 1.2. Рівні витрат на науково-технологічну сферу: - частка державних витрат на НДДКР у ВВП; - частка витрат на НДДКР приватного сектора у ВВП; - кількість заявок на патенти у високотехнологічних галузях економіки (на 1 млн. населення) |

| | |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. Підприємницька | 2.1. Рівні інноваційної активності в першу чергу в групі малих та середніх підприємств (МСП): <ul style="list-style-type: none">- частка МСП, що займаються інноваційною діяльністю (у вигляді домогосподарств);- частка МСП, залучених до інноваційних проектів з іншими організаціями (у кооперації);- відношення витрат на інноваційну діяльність до загального обсягу продажу. |
| 3. Використання й розповсюдження знань і технологій | 3.1. Рівні поширення сучасних технологій в економіці: <ul style="list-style-type: none">- частка венчурного капіталу у високотехнологічних секторах економіки у ВВП;- частка нової продукції в загальному обсязі продажу переробної промисловості;- частка високо-і середньотехнологічних секторів у загальному обсязі доданої вартості в переробній промисловості;- частка ринку телекомунікаційних технологій у ВВП;- кількість користувачів Інтернет на 100 тис. населення. |

*Михайленко І.В.**

РЕФОРМУВАННЯ РИНКУ ПРИРОДНОГО ГАЗУ В УКРАЇНІ

Обов'язковою передумовою та невід'ємною складовою інтеграції України до Європейського Союзу є інтеграція енергетичних інфраструктур та енергетичних ринків.

За результатами Конференції з модернізації української газотранспортної системи, яка відбулася 23 березня 2009 року в Брюсселі, українська сторона взяла на себе зобов'язання поступової імплементації основних принципів та умов енергетичного ринку ЄС, зокрема шляхом набуття членства в Енергетичному Співтоваристві.

18 грудня 2009 року в м. Загребі (Хорватія) відбулося засідання Ради Міністрів Енергетичного Співтовариства, на якому одногосно прийнято рішення про вступ України та Молдови Енергетичного Співтовариства [5].

Протокол про приєднання України до Організації Енергетичного Співтовариства був підписаний 24 вересня 2010 року у Скоп'є Міністром палива та енергетики України Юрієм Бойко і Міністром економіки Македонії Фатміром Весімі у рамках 8-го засідання Ради ЄС.

Для остаточного завершення процедури вступу до співтовариства Україна повинна була прийняти закон про газовий сектор, який відповідає положенням правил ЄС. Остаточним кроком процедури вступу буде ратифікація протоколу Верховною Радою України.

Створення нової моделі організації газового ринку було також однією з основних вимог Міжнародного Валютного Фонду, Європейської Комісії та інших міжнародних організацій для надання Україні фінансування у вигляді кредитів, в тому числі на модернізацію ГТС [2].

8 липня 2010 року Верховна Рада України затвердила Закон Верховної Ради України «Про функціонування ринку природного газу», що визначає нормативну базу для створення конкурентної моделі ринку газу в Україні.

Закон Верховної Ради України «Про функціонування ринку природного газу», спрямований на приведення законодавства України у відповідність з основними положеннями законодавства ЄС, якими, зокрема, регулюються відносини на газовому ринку.

Зразком для нового закону стало законодавство ЄС з регулювання газового ринку, а саме Директива 2003/55/ЄС і Регламент ЄС 1775/2005, що визначають модель організації ринку газу в ЄС [2].

Закон України «Про функціонування ринку природного газу» передбачає:

- поділ функцій транспортування, розподілу та постачання природного газу;
- встановлення окремо тарифів на транспортування, поставки і зберігання газу;
- рівні права доступу до єдиної газотранспортної системи України (ГТС) і підземних сховищ газу (ПСГ) для всіх суб'єктів ринку;
- надання повноважень Національній комісії регулювання електроенергетики України при прийнятті рішень діяти виключно за принципом незалежності від органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб та суб'єктів господарювання;

* здобувач кафедри світового господарства та міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Шнирков О.І.

- неможливість газотранспортного підприємства провадити діяльність з видобування та постачання природного газу;
- неможливість газорозподільного підприємства провадити діяльність з видобування, постачання, зберігання і транспортування природного газу [1].

Крім того, у Законі України зазначаються основні принципи, що визначають незалежність діяльності газотранспортного та газорозподільного підприємства у складі вертикально інтегрованої господарської організації, а саме:

- 1) заборони суміщення посад у складі вертикально інтегрованої господарської організації;
- 2) самостійності прийняття рішень щодо поточних фінансових операцій, експлуатації, будівництва чи модернізації об'єктів газотранспортної системи або газорозподільних мереж для провадження відповідної ліцензійної діяльності та оперативно-технологічного управління [1].

Реалізація Закону України «Про функціонування ринку природного газу» дозволить запровадити повноцінний та конкурентний внутрішній ринок природного газу, а також забезпечить недискримінаційність доступу до вітчизняної газотранспортної мережі.

Принципи нової моделі організації українського газового ринку забезпечать раціональне споживання природного газу та впровадження енергозберігаючих технологій, а також формування економічно обґрунтованих тарифів на послуги суб'єктів ринку природного газу. У свою чергу це сприятиме покращенню фінансово-економічного стану підприємств, що працюють на ринку природного газу, підвищенню рівня їхньої рентабельності [4].

Література

1. Закон Верховної Ради України «Про функціонування ринку природного газу» від 08.07.2010, № 2467-VI// Голос України від 24.07.2010 - № 136
2. Закон України «Про функціонування ринку природного газу»: аналіз на відповідність нормам законодавства ЄС- [Електронний ресурс].-Режим доступу до документу: <http://es-ukraina.blogspot.com/2010/08/blog-post.html>
3. Україна стала членом Енергетичного співтовариства - [Електронний ресурс].-Режим доступу до документу:<http://news.dt.ua/news/35756>
4. Уряд ухвалив законопроект про засади функціонування ринку природного газу- [Електронний ресурс].-Режим доступу до документу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=243114082&cat_id=11912900
5. Співробітництво між Україною та ЄС в енергетичній сфері (довідка).- [Електронний ресурс]. - Режим доступу до документу:
6. <http://www.mfa.gov.ua/eu/ua/publication/content/29198.htm>

Паламарчук М.В.*

КОМПЛЕКСНІ ВЗАЄМОВІДНОСИНИ МІЖ ФІНАНСОВОЮ, ТОРГОВЕЛЬНОЮ ІНТЕГРАЦІЄЮ, СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ КРАЇН ТА СИНХРОНІЗАЦІЄЮ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Спільні елементи у коливаннях економічних циклів поміж країнами вже тривалий час розглядаються у літературі про економічні цикли. Синхронізація як тенденція, що відображає рецесію в одній країні одночасно з рецесією в інших країнах, була та є постійним явищем в історичному процесі. З кінця XIX-го століття більшість рецесій були синхронізовані [6, с.112].

На ступінь синхронізації ділових циклів в різних економіках впливають наступні чинники [5]:

1. ділові цикли в малих відкритих економіках, які мають сильні торговельні зв'язки одна з одною, є більш синхронізованими, ніж у випадку великих, більш закритих економік.

2. По-друге, ступінь, в якій внутрішні зміни попиту корелюються поміж країнами, залежить від того, чи існують спільні шоки, що впливають на ці економіки, та від міри, в якій країни приймають загальну політичну позицію.

3. По-третє, перехід до режиму плаваючих обмінних курсів суттєво сприяв десинхронізації. Режим фіксованих валютних курсів вимагав втручання грошово-кредитної політики і таким чином вів до узагальнення грошово-кредитної політики поміж країн, що сприяло синхронізації ділових циклів, тоді як плаваючі обмінні курси залишають країнам більше незалежності в грошово-кредитній політиці.

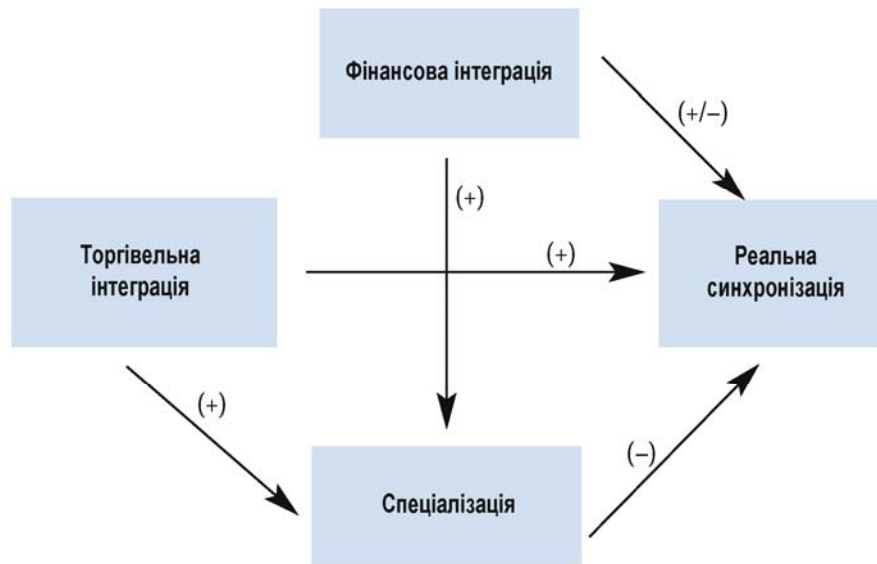
Аналізуючи комплексні взаємовідносини між фінансовою, торговельною інтеграцією, спеціалізацією країн та синхронізацією реального сектору економіки, можна визначити наступні прямі та непрямі зв'язки між ними. На зростання реальної синхронізації впливають торговельна інтеграція та тенденція до спеціалізації [2]. Економіки країн схильні рухатись синхронно з економіками важливих торговельних партнерів, рецесії та поживлення експортуються за кордон. Країни та регіони, залучені в однакові сфери економічної діяльності, також підпадають під дію однакових економічних подій, таких як глобальні економічні шоки. Фінансова інтеграція навпаки дає країнам можливість диверсифікувати споживання без потреби диверсифікувати виробництво, і таким чином дозволяє їм стати більш економічно спеціалізованими, що зменшує реальну синхронізацію [3]. Проте, якщо інвестори інвестують в одному напрямку, капітал буде рухатись між країнами однаково, збільшуючи реальну синхронізацію. Тому ефект фінансової інтеграції на реальну синхронізацію є двостороннім (Див. мал.1).

Як і фінансова інтеграція, торговельна відкритість дозволяє економікам спеціалізуватись у галузях, в яких вони мають порівняльні переваги. Таким чином, і фінансова, і торговельна інтеграція можуть опосередковано зменшувати реальну синхронізацію, впливаючи на рівень спеціалізації, навіть якщо прямі ефекти фінансової та торговельної інтеграції є позитивними. Реальна економіка та фінансовий сектор можуть рухатись у

* здобувач кафедри світового господарства та міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Філіпенко А.С.

тандемі під впливом глобальних економічних шоків чи помітних подій, що впливають на всі країни в світі, такі як, наприклад, нова технологія. Проте, так як глобальні шоки є тимчасовими, вони мають тільки короткостроковий вплив на реальну та фінансову синхронізацію.



Малюнок 1. Ефекти впливу фінансової, торговельної інтеграції та спеціалізації на синхронізацію реального сектору економіки [1, с. 49].

Література

1. Brooks R., Forbes K., Imbs J., Mody A. Dancing in Unison? / Finance and Development, June 2003. web.mit.edu/kjforbes/www/Shorter%20Articles/DancingInUnison-Finance&Development.pdf
2. Imbs J. Trade, Finance, Specialization and Synchronization. IMF Working paper. January 2003. www.imf.org/external/np/res/seminars/2003/global/pdf/imbs.pdf
3. Kose A. Globalization and Synchronization of Business Cycles. IMF Research Bulletin, Vol. 5, #1, March 2004.
4. Kose A., Prasad E., Terrones M. How does the globalization affect the synchronization of business cycles? / IMF Working paper #27, January 2003. www.imf.org/external/np/res/seminars/2003/global/pdf/kose.pdf
5. OECD Economic Outlook: The desynchronization of OECD business cycles. June 1994.
6. World Economic Outlook. IMF, April 2002. Recessions and Recoveries (Chapter III), p.104-137.
7. World economic outlook. Spillovers and Cycles in the Global Economy. IMF, April 2007.
8. World economic outlook. Crisis and Recovery. IMF, April 2009.

Савченко В.О.*

РЕЙТИНГУВАННЯ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ ЗА ГЛИБИНОЮ ІНТЕГРАЦІЇ ДО СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Аналізуючи данні зовнішньоекономічної активності українських регіонів, автором розраховано рейтинг областей і регіонів України, в залежності від ступеню залучення до процесів інтеграції національної економіки в світову економічну систему. Визначено окремі групи регіонів, які сформовано за принципом географічного розташування, економічної спеціалізації і ступеню розвитку зовнішньоекономічних зв'язків.

Ключові слова: *регіон, глобалізація, економічна інтеграція, рейтингування, зовнішньоекономічна діяльність*

В сучасному глобалізованому світі, світова економіка поступово перетворюється на складний і комплексний гео економічний простір, що являє собою не лише сукупність торговельних і коопераційних зв'язків між країнами, а все більш нагадує єдиний економічний механізм, одним з основних елементів якого є так звані кластери – окремі регіони, що є політично інтегральною частиною певних держав, але економічно вже давно перетворилися на елементи глобальної світової економіки. Подібні регіони, або кластери, являють собою локомотиви економічного зростання, не лише в межах своєї країни, але й глобальної економіки. Найбільш відомим з таких кластерів є Силіконова Долина в Сполучених Штатах Америки, але таких територій, обмежених за розмірами, але не обмежених себе за рівнем економічного та технологічного розвитку стає все більше, особливо в Європі та Південно-Східній Азії.

Дослідженню ролі регіонів в сучасній економічній світовій системі присвячені дослідження багатьох сучасних вітчизняних і зарубіжних вчених, серед яких В. Барнз, І. Валлерстайн, П. Герст, І. Гладій, Б. Данилишин, Дж. Даннінг, М. Жук, А. Мокій, В. Нордгауз, К. Омае, А. Ругман, Дж. Сакс, Т. Сисоєва, В. Третьак, А. Філіпенко, Т. Фрідмен, Ю. Ширяєв, та інші.

Спіраючись на теоретичні нароби цих авторів, а також бажаючи оцінити, які з українських регіонів мають реальний шанс перетворитися на подібні кластери, острівки і локомотиви економічного зростання, фінансової міцності і технологічних інновацій, ми спробували провести рейтингування українських регіонів за ступенем їхньої інтегрованості до світової економічної системи.

В силу структурних особливостей економіки, регіони України в різному ступені можуть використовувати можливості інтеграції національної економіки в світове господарство. В зв'язку з цим можна говорити про різний рівень економічної відкритості регіонів до міжнародного співробітництва.

Так, регіони, які широко залучені до зовнішньоекономічних зв'язків, мають відіграти найбільш важливу роль у відновленні економіки держави. Процеси, що відбуваються в останні роки в зовнішньоекономічній сфері окремих областей України, показали, що об-

* здобувач кафедри світового господарства та міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Луцишин З.О.

сяги експорту значним чином впливають на соціально-економічний стан регіонів. Збільшення експорту позитивно відображається на підтриманні виробництва конкурентоздатної продукції, а розширення імпорту вирішує задачі насичення регіональних ринків споживчими товарами, що створює додаткові стимули до розвитку місцевих виробництв. При цьому спостерігається наступна тенденція. Чим вищий рівень відкритості економіки регіону, ти вище в середньому доходи населення регіонів, краще рівень виконання бюджету, нижче рівень безробіття, динамічно розвивається банківська мережа та інші ринкові інститути, вище привабливість для іноземних інвесторів (основні соціально-економічні показники за областями надано в додатку). Так, зв'язок між рівнем розвитку регіональної економіки, обсягами зовнішньоторговельних операцій та ступенем відкритості регіону можна проаналізувати за допомогою даних таблиці 1.

Таблиця 1. Показники розвитку регіонів України (станом на 2009 рік)

| Регіони | ВВП (ВРП), млн. дол. США | Зовнішньоторговельний оборот, млн. дол. США | Рівень відкритості регіону, % | ПП, млн. дол. США (на 1 січня 2010 р.) | Регіональна ефективність ПП |
|-------------------|--------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------|
| Україна | 116190 | 99828,1 | 85,9 | 40026,8 | 0,34 |
| АР Крим | 3532,1 | 836,7 | 23,7 | 697,1 | 0,2 |
| Вінницька | 2584,7 | 846,4 | 32,7 | 177,9 | 0,07 |
| Волинська | 1429,3 | 790,3 | 55,3 | 329,7 | 0,23 |
| Дніпропетровська | 11938,4 | 9554,2 | 80 | 2745,4 | 0,23 |
| Донецька | 13223,5 | 12037 | 91 | 1588,5 | 0,12 |
| Житомирська | 1914,8 | 826,7 | 43,2 | 203,8 | 0,11 |
| Закарпатська | 1516,1 | 1954,1 | 128,9 | 360,7 | 0,24 |
| Запорізька | 4751,9 | 4167,9 | 87,7 | 867,7 | 0,18 |
| Івано-Франківська | 2265,7 | 628,9 | 27,8 | 602,3 | 0,27 |
| Київська | 4531,9 | 3656 | 80,7 | 1446,6 | 0,32 |
| Кіровоградська | 1735,5 | 424,4 | 24,5 | 65,3 | 0,04 |
| Луганська | 5177,1 | 2750,7 | 53,1 | 589,7 | 0,11 |
| Львівська | 4549,5 | 2576,3 | 56,6 | 1124,6 | 0,25 |
| Миколаївська | 2597,8 | 2532,2 | 97,5 | 171,2 | 0,07 |
| Одеська | 6163,7 | 5443,8 | 88,3 | 1001,4 | 0,16 |
| Полтавська | 4053,3 | 1990,6 | 49,1 | 421,5 | 0,1 |
| Рівненська | 1724,4 | 640,3 | 37,1 | 276,2 | 0,16 |
| Сумська | 2104,4 | 1195,6 | 56,8 | 216 | 0,1 |
| Тернопільська | 1422,7 | 316,7 | 22,3 | 68,5 | 0,05 |
| Харківська | 7533 | 3338,9 | 44,3 | 2009,9 | 0,27 |
| Херсонська | 1780,8 | 538,9 | 30,3 | 179,1 | 0,1 |
| Хмельницька | 2030 | 551,1 | 27,1 | 188,7 | 0,09 |
| Черкаська | 2385,8 | 906,5 | 38 | 228,9 | 0,1 |
| Чернівецька | 1148 | 235 | 20,5 | 62,8 | 0,05 |
| Чернігівська | 1934,4 | 641,8 | 33,2 | 85,4 | 0,04 |
| м. Київ | 21381,6 | 31624,5 | 147,9 | 14997,2 | 0,7 |
| м. Севастополь | 779,1 | 254 | 32,6 | 142,7 | 0,18 |

Джерело: розраховано автором на основі [1, с.50-60, 120-135; 2, с.220-230]

Як бачимо, існує пряма залежність між рівнем промислово-економічного потенціалу регіону, і ступенем його зовнішньоекономічної активності, а також привабливості для потенційних іноземних інвесторів.

Так, лідери за обсягами внутрішнього регіонального продукту – м. Київ, Дніпропетровська і Донецька області, водночас мають найбільший зовнішньоекономічний оборот серед українських регіонів. Так, столиця України реалізовує 31,7% зовнішньоторговельного обороту держави, два східних промислових регіони – 12% (Донецька область) і 9,6% (Дніпропетровська) [1; с. 50-60]. Разом на ці регіони припадає понад 50% зовнішньоторговельного обігу країни [3; с. 15-20]. Активним використанням свого економічного потенціалу задля прискорення інтеграції в світове господарство характеризуються також Запорізька, Київська, Одеська області. В усіх названих регіонах рівень відкритості економіки (співвідношення зовнішньоторговельного обороту і валового регіонального продукту) перевищує 70%, і є високим, навіть за світовими стандартами [4, р. 259].

Для визначення рейтингу українських регіонів за глибиною інтеграції до світового господарства, проведемо відбір показників, які характеризують глибину залучення регіону до світогосподарської системи. Оскільки інтегральні рівні інтеграції регіонів до світової економіки не повинні залежати від чисельності населення та розмірів території регіонів [5, с. 18], до таких показників можна прийняти відношення експорту та валового регіонального продукту, відношення імпорту та ВРП, відношення зовнішньоторговельного обороту та ВРП (економічна відкритість регіону), співвідношення обсягу прямих іноземних інвестицій і валового регіонального продукту (ефективність інвестицій), а також рівень експорту, імпорту та прямих іноземних інвестицій на душу населення регіону [6, с. 50-51; 7, с. 65; 8, с. 75-76]. Базові дані для проведення рейтингування українських регіонів за рівнем інтеграції до світової економіки надано в таблиці 2.

Таблиця 2. Статистична база для розрахунку рейтингів українських регіонів за рівнем інтеграції до світового господарства, 2009 рік

| Регіони | Експорт до ВРП, % | Імпорт до ВРП, % | Рівень відкритості регіону, % | Регіональна ефективність ПІІ | на душу населення, дол. США | | |
|-------------------|-------------------|------------------|-------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------|---------|
| | | | | | Експорт | Імпорт | ПІІ |
| | | | | | | | |
| Вінницька | 18,53 | 10,18 | 32,7 | 0,07 | 243,6 | 133,75 | 90,47 |
| Волинська | 22,32 | 30,09 | 55,3 | 0,23 | 162,23 | 218,74 | 167,68 |
| Дніпропетровська | 43,56 | 30,05 | 80 | 0,23 | 2644,82 | 1824,29 | 1396,23 |
| Донецька | 70,58 | 14,64 | 91 | 0,12 | 4746,27 | 984,59 | 807,86 |
| Житомирська | 19 | 20,81 | 43,2 | 0,11 | 185,02 | 202,66 | 103,65 |
| Закарпатська | 61,67 | 62,85 | 128,9 | 0,24 | 475,51 | 484,62 | 183,44 |
| Запорізька | 57,19 | 24,13 | 87,7 | 0,18 | 1382,09 | 583,13 | 441,29 |
| Івано-Франківська | 14,83 | 11,31 | 27,8 | 0,27 | 170,88 | 130,3 | 306,31 |
| Київська | 23,02 | 47,96 | 80,7 | 0,32 | 530,59 | 1105,32 | 735,7 |
| Кіровоградська | 14,48 | 8,53 | 24,5 | 0,04 | 127,8 | 75,32 | 33,21 |
| Луганська | 36,44 | 14,26 | 53,1 | 0,11 | 959,37 | 375,48 | 299,9 |
| Львівська | 17,56 | 35,66 | 56,6 | 0,25 | 406,35 | 825,15 | 571,94 |
| Миколаївська | 58,99 | 30,31 | 97,5 | 0,07 | 779,33 | 400,5 | 87,07 |
| Одеська | 23,45 | 42,2 | 88,3 | 0,16 | 734,98 | 1322,74 | 509,28 |

| | | | | | | | |
|----------------|-------|-------|-------|------|---------|----------|---------|
| Полтавська | 31,19 | 14,73 | 49,1 | 0,1 | 643,04 | 303,72 | 214,36 |
| Рівненська | 18,69 | 14,99 | 37,1 | 0,16 | 163,91 | 131,47 | 140,47 |
| Сумська | 33,82 | 18,48 | 56,8 | 0,1 | 361,95 | 197,73 | 109,85 |
| Тернопільська | 9,02 | 12,6 | 22,3 | 0,05 | 65,25 | 91,14 | 34,84 |
| Харківська | 17,35 | 19,26 | 44,3 | 0,27 | 664,8 | 737,93 | 1022,17 |
| Херсонська | 19,73 | 7,01 | 30,3 | 0,1 | 178,66 | 63,47 | 91,08 |
| Хмельницька | 12,13 | 13,58 | 27,1 | 0,09 | 125,26 | 140,16 | 95,97 |
| Черкаська | 22,44 | 14,22 | 38 | 0,1 | 272,24 | 172,51 | 116,41 |
| Чернівецька | 10,44 | 9,09 | 20,5 | 0,05 | 60,93 | 53,09 | 31,94 |
| Чернігівська | 15,36 | 16,74 | 33,2 | 0,04 | 151,15 | 164,73 | 43,43 |
| м. Київ | 31,92 | 95,99 | 147,9 | 0,7 | 3471,14 | 10437,88 | 7627,12 |
| м. Севастополь | 11,87 | 7,06 | 32,6 | 0,18 | 47,04 | 27,97 | 72,57 |

Джерело: розраховано автором на основі [1, с.50-60, 120-135; 9, с.58-62]

Проводимо кластеризацію регіонів за кожним показником в автоматичному режимі у ПП Statistica у блоці Cluster Analysis (Multivariate Exploratory Techniques Menu) [10, с. 283]. З врахуванням значень кожного кластеру формуємо таблицю розподілу регіонів за кожним показником (див. таблицю 3).

Таблиця 3. Рейтинги українських регіонів за основними показниками інтеграції до світового господарства

| Регіони | Експорт до ВРП, місце | Імпорт до ВРП, місце | Рівень відкритості регіону, місце | Регіональна ефективність ПІ, місце | на душу населення, місце | | |
|---------------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------------------|------------------------------------|--------------------------|--------|----|
| | | | | | Експорт | Імпорт | ПІ |
| Автономна республіка Крим | 24 | 27 | 25 | | 16 | 22 | 9 |
| Вінницька | 17 | 22 | 19 | 23 | 15 | 19 | 21 |
| Волинська | 13 | 7 | 11 | 8 | 21 | 13 | 14 |
| Дніпропетровська | 5 | 8 | 8 | 7 | 3 | 2 | 2 |
| Донецька | 1 | 16 | 4 | 14 | 1 | 5 | 4 |
| Житомирська | 15 | 10 | 15 | 16 | 17 | 14 | 18 |
| Закарпатська | 2 | 2 | 2 | 6 | 11 | 9 | 13 |
| Запорізька | 4 | 9 | 6 | 10 | 4 | 8 | 8 |
| Івано-Франківська | 21 | 21 | 22 | 4 | 19 | 21 | 10 |
| Київська | 11 | 3 | 7 | 2 | 10 | 4 | 5 |
| Кіровоградська | 22 | 24 | 24 | 27 | 23 | 24 | 26 |
| Луганська | 6 | 17 | 12 | 15 | 5 | 11 | 11 |
| Львівська | 18 | 5 | 10 | 5 | 12 | 6 | 6 |
| Миколаївська | 3 | 6 | 3 | 22 | 6 | 10 | 22 |
| Одеська | 10 | 4 | 5 | 12 | 7 | 3 | 7 |
| Полтавська | 9 | 15 | 13 | 18 | 9 | 12 | 12 |
| Рівненська | 16 | 14 | 17 | 13 | 20 | 20 | 15 |
| Сумська | 7 | 12 | 9 | 17 | 13 | 15 | 17 |

| | | | | | | | |
|-----------------------|----|----|----|----|----|----|----|
| Тернопільська | 27 | 20 | 26 | 24 | 25 | 23 | 25 |
| Харківська | 19 | 11 | 14 | 3 | 8 | 7 | 3 |
| Херсонська | 14 | 26 | 21 | 20 | 18 | 25 | 20 |
| Хмельницька | 23 | 19 | 23 | 21 | 24 | 18 | 19 |
| Черкаська | 12 | 18 | 16 | 19 | 14 | 16 | 16 |
| Чернівецька | 26 | 23 | 27 | 25 | 26 | 26 | 27 |
| Чернігівська | 20 | 13 | 18 | 26 | 22 | 17 | 24 |
| м. Київ | 8 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| м. Севастополь | 25 | 25 | 20 | 11 | 27 | 27 | 23 |

Аналізуючи рейтинги регіонів за окремими показниками зовнішньоекономічної інтеграції, можна відзначити. По-перше, найбільший експортний потенціал, як по відношенню до обсягів регіонального виробництва, так і на душу населення, мають промислово розвинені регіони Сходу України – Дніпропетровська, Запорізька, Донецька, Луганська області. Експортною базою цих регіонів є потужний металургійний та хімічний комплекси, які характеризуються вираженою експортною спрямованістю виробництва. За обсягами експорту на душу населення, до цієї групи також входить місто Київ, спираючись на потужну фінансову, наукову та промислову інфраструктуру.

Водночас, ці ж регіони є найбільшими імпортерами, завдяки відносно високому рівню доходів населення, у порівнянні з іншими областями України, а також величезною залежністю вітчизняної промисловості від імпортних машин та обладнання, про яку свідчить аналіз, проведений в другому розділі роботи.

Загалом, до переліку регіонів з високим рівнем відкритості економіки (понад 70%) відносяться: столичний регіон (м. Київ, з рівнем відкритості 147,9%), східні промислові регіони – Дніпропетровська (80,0%), Донецька (91,0%), Запорізька (87,7%), ряд прикордонних та приморських регіонів – Закарпатська (128,9%), Миколаївська (97,5%), Одеська (88,3%) області.

Найнижчим рівнем зовнішньоекономічної активності і відкритості економіки характеризуються слабо індустріалізовані регіони Центру, Заходу (в першу чергу ті, що не межують з країнами Європейського Союзу) та Півдня (Херсонська область, Автономна Республіка Крим) України. В цих регіонах рівень відкритості економіки не перевищує 40%.

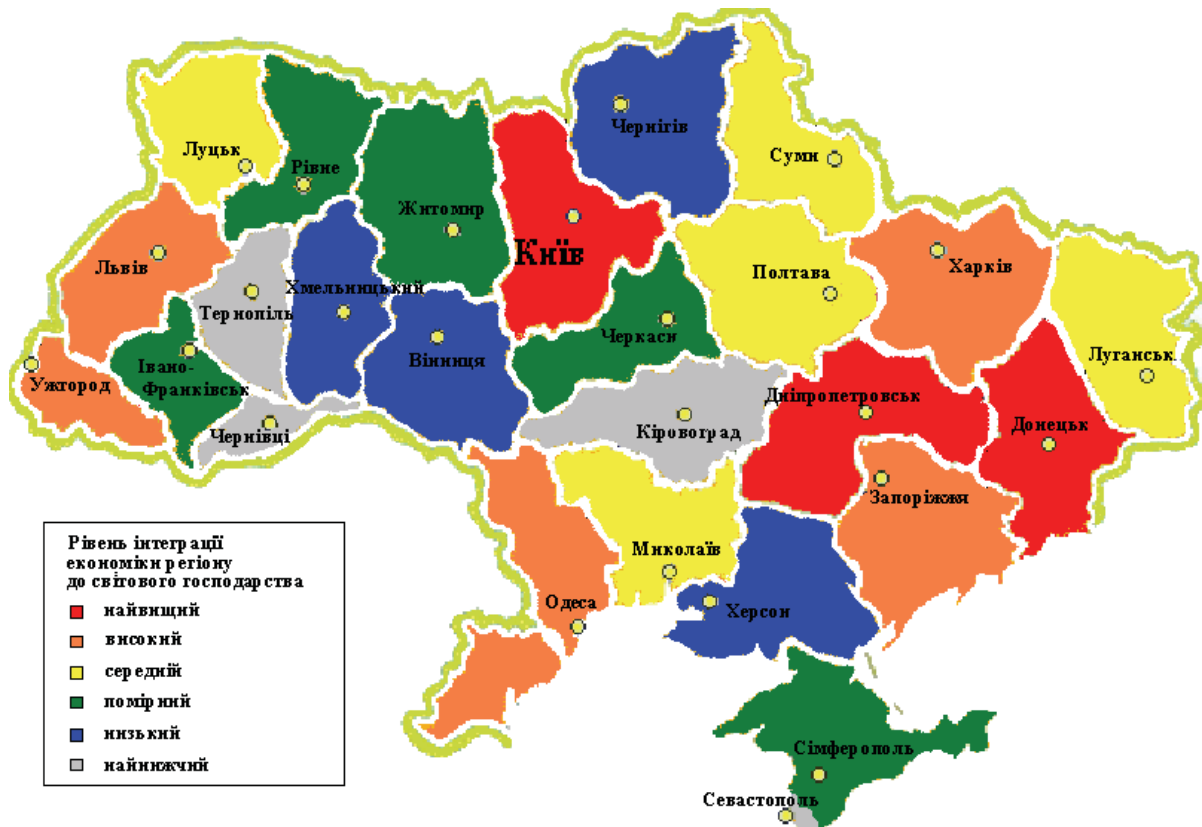
До найбільш інвестиційно привабливих регіонів, як за обсягом прямих іноземних інвестицій на душу населення, так і за рівнем ефективності використання іноземного інвестування, можна віднести в першу чергу, м. Київ, що, з величезним відривом, обіймає перше місце серед українських регіонів за цими показниками, спираючись на потужну фінансову, наукову і промислову базу. Своєрідним магнітом для іноземних інвестицій слугують також промислові центри країни – Дніпропетровська, Запорізька, Харківська області, а також ряд прикордонних областей – Волинська, Закарпатська, які ефективно використовують географічну наближеність до країн Європейського Союзу, розвиваючи міжрегіональні коопераційні зв'язки з польськими, угорськими, словацькими, румунськими регіонами.

Використовуючи ПП Statistica, розрахуємо інтегральний рейтинг регіонів України за глибиною інтеграції до світового господарства та розподілимо регіони за шістьма рівнями глибини інтеграції до світового господарства:

- 1 – червона зона – найвищий рівень;
- 2 – помаранчева зона – високий рівень;

- 3 – жовта зона – середній рівень;
 4 – зелена зона – помірний (задовільний) рівень;
 5 – синя зона – низький рівень;
 6 – сіра зона – найнижчий рівень.

Таблиця 4. Рейтинг українських регіонів за рівнем інтеграції до світового господарства



| Регіони | Місце | Регіони | Місце |
|------------------|-------|-------------------|-------|
| м. Київ | 1 | Житомирська | 15 |
| Дніпропетровська | 2 | Черкаська | 16 |
| Київська | 3 | Рівненська | 17 |
| Донецька | 4 | Івано-Франківська | 18 |
| Закарпатська | 5 | АР Крим | 19 |
| Одеська | 6 | Вінницька | 20 |
| Запорізька | 7 | Чернігівська | 21 |
| Львівська | 8 | Херсонська | 22 |
| Харківська | 9 | Хмельницька | 23 |
| Миколаївська | 10 | м. Севастополь | 24 |
| Луганська | 11 | Кіровоградська | 25 |
| Волинська | 12 | Тернопільська | 26 |
| Полтавська | 13 | Чернівецька | 27 |
| Сумська | 14 | | |

Отже, локомотивом інтеграції української економіки до світового господарства є три основні групи регіонів:

1) столичний регіон, м. Київ. Використовуючи статус адміністративного, політичного, фінансового центра країни, а також розвинену інфраструктуру, Київ, є безперечним лідером серед українських регіонів за ступенем інтегрованості до світогосподарських зв'язків

2) східні промислові регіони. На інтенсивність їхніх зовнішньоекономічних зв'язків набагато більший вплив здійснює експортно-промисловий потенціал регіону, місткість ринку, інвестиційний клімат. Це в першу чергу промислово розвинені східні області України – Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Луганська, Харківська.

3) прикордонні регіони. Вигідне економіко-географічне розташування надає цим суб'єктам додаткові конкурентні переваги у зовнішньоторговельному обороті з зарубіжжям. До таких регіонів можна віднести Закарпатську, Волинську, Львівську, Івано-Франківську та Одеську області.

В той же час, центральні, північні та цілий ряд західних областей характеризуються вкрай низьким рівнем залученості до зовнішньоекономічних операцій. Це пояснюється відсутністю в цих регіонах потужної промисловості, корисних копалин, фінансових ресурсів, їхньою віддаленістю від кордонів та основних транспортних артерій.

Всі ці фактори визначають різну швидкість інтеграції українських регіонів до світового господарства. Можна говорити про формування в Україні декількох регіональних центрів, які, акумулюючи фінансові, економічні, промислові ресурси, формують міцні містки, за якими в майбутньому буде відбуватися інтеграція української економіки до європейської та світової економічної системи.

Література

1. Статистичний збірник «Регіони України 2009». Ч.1. / Держкомстат України; За ред. О.Г. Осауленка. – К.: Вид-во «Консультант», 2010. – 824 с.
2. Статистичний щорічник України за 2009 рік / Державний комітет статистики України. – К.: Консультант. – 2010. – 571 С.
3. Статистичний збірник «Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2009 році». / Держкомстат України; За ред. О.Г. Осауленка. – К.: Вид-во «Консультант», 2010. – 180 с
4. WTO Trade Profiles 2009. – New York: World Trade Organization, 2010. – 454 p.
5. Адамов Б.И., Королев В.Ю. Информационно-экономические аспекты программно-целевого управления развитием региона / НАН Украины. Ин-т экономики пром-ти. – Донецк, 1998. – 18 с.
6. Аскарров Н.И., Исахов Б.А., Кудратов И.Э., Методические вопросы оценки уровня развития экспортного потенциала регионов // Вопросы статистики. – 2001. – № 2. – С. 48–59
7. Блудова С.Н. К вопросу о методике оценки региональной внешнеэкономической деятельности // Вопросы статистики. – 2002. – № 11. – С. 65–66
8. Єріна А.М., Вацаєв С.С. Статистичні аспекти визначення рейтингів // Статистика України. – 2000. - №4.- С. 74-79

*Чернецька О.В.**

ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ ДО ЕНЕРГЕТИЧНОГО РИНКУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Багато десятиліть твердження про недоторканність природних монополій у енергопостачанні вважався непорушним. Проте в процесі детального аналізу стає очевидним, що базою для всіх сучасних реформ у енергетиці є те, що конкуренція як властивий економічній системі принцип найбільш придатна для проведення структурних реформ.

Значним кроком до підвищення конкурентоспроможності українського енергетичного ринку стало приєднання 24 вересня 2010 року України до організації Енергетичного Співтовариства. Відповідний протокол був підписаний в Скоп'є міністром палива і енергетики України Юрієм Бойком і міністром економіки Македонії Фатміром Бесімі в рамках 8 засідання Ради ЄС.

Рада міністрів ЄС схвалила вступ України і Молдови до цієї організації в грудні 2009 року. Разом з тим, для остаточного завершення процедури вступу сторони повинні були прийняти закон про газ, який би відповідав правилам ЄС. Остаточним кроком процедури вступу буде ратифікація протоколу Верховною Радою України.

У липні 2010 року Україна виконала вимогу фінансування модернізації ГТС - ухвалення закону про лібералізацію газового ринку, тим самим виконавши основну умову приєднання до Енергетичного Співтовариства. (Закон України «Про засади функціонування ринку природного газу» від 8 липня 2010 року N 2467-VI).

Європейське Енергетичне Співтовариство створили 1 червня 2006 року з метою поширення досвіду внутрішнього енергетичного ринку ЄС на країни Східної Європи та сприяння залученню інвестицій в енергетичну галузь країн-учасниць угоди. Воно також здійснює свою діяльність на засадах лібералізації енергетичних ринків та імплементації законодавства ЄС у сферах електроенергії, газу, доквілля та відновлюваної енергії. На сьогодні до Співтовариства входять 27 країн Євросоюзу та Балканського регіону.

Приєднання України до європейського Енергетичного співтовариства сприятиме залученню інвестицій в українську енергетику, а також відкриє для українських компаній доступ на європейський енергетичний ринок. Це посилить безпеку поставок та дасть можливість вітчизняним енергетичним компаніям вести переговори з європейськими партнерами на рівні та в одному правовому полі.

Вступ до Енергетичного співтовариства означає передусім формування спільного ринку та безпеку енергопостачання. Це має значення і для інвестиційного клімату.

Секретаріат Енергетичного співтовариства вже збирає заявки щодо інвестицій до енергетичної галузі України, вартість яких сягнула кількох мільярдів євро.

Слід зазначити, що розширення Енергетичного Співтовариства за рахунок України вигідне і європейським державам: адже це означатиме більш надійний транзит газу до Західної Європи.

Для забезпечення інтенсивного розвитку енергетичного комплексу України вкрай важливим є розвиток транскордонного співробітництва в даній сфері.

* здобувач кафедри світового господарства та міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Філіпенко А.С.

На сьогодні серед транскордонних проектів в енергетичній сфері можна виокремити наступні.

1. Транскордонне співробітництво з будівництва і модернізації газопроводів. Проект «Будівництво газопроводу високого тиску «Сороки-Ямпіль», бюджет якого складає 8,2 млн. грн. відібрано Міжвідомчою робочою групою з підготовки рекомендацій для складання переліку проектів транскордонного співробітництва, створеної при Мінекономіки для фінансування у 2009 році в рамках Держаної програми розвитку транскордонного співробітництва. Крім того, вищезгаданий проект підтримала НАК «Нафтогаз України». На сьогоднішній день підготовлено бюджетний запит проекту і надіслано на адреси Міністерства з питань житлово-комунального господарства України та НАК «Нафтогаз України» з метою фінансування вищезгаданого проекту в рамках субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам на заходи з енергозбереження.

2. Транскордонне співробітництво з розвитку нетрадиційних джерел енергії. Спільний українсько-польський проект із запровадження відновлювальних джерел енергії, який охоплює Люблінське воєводство та Волинську область, має за мету використання відходів деревообробної промисловості для виробництва пелет (брикетів з відходів деревини), вирощування енергетичної лози, збільшення площ під посіви ріпаку, виробництво біодизеля, біогазу, а також запровадження нового енергоощадного обладнання. Енергетична цінність біопалива досить висока. Воно відповідає євростандартам, користується попитом за кордоном.

3. Транскордонне співробітництво із запровадження енергоощадних технологій. У Сумській області здійснюється реалізація польсько-українського проекту «Впровадження енергоощадних технологій для регіональних органів влади». У рамках проекту модернізують об'єкти соціальної сфери.

4. Транскордонне співробітництво в галузі електроенергетики. Першим практичним кроком у напрямі інтеграції українських енергетичних мереж в європейську систему було створення від'єданого від української енергетичної мережі так званого «Бурштинського острова» у західній частині України, що включає в себе 2 теплових та 1 гідроелектростанцію загальною потужністю 1,8 ГВт та лінії 220-750 кВ до Угорщини, Словаччини та Румунії. Система «Бурштинського острова» модернізована згідно вимог UCTE (Європейське об'єднання з координації передачі електроенергії). Синхронізація відбулась у липні 2002 року та після одного року успішної випробувальної роботи у вересні 2003 року UCTE затвердило постійне синхронізоване з'єднання. Крім того, Європейська Комісія ініціює допомогу Україні в поступовому приєднанні до транс-європейських електроенергетичних мереж.

Таким чином, поглиблення інтеграції до Європейського Союзу в енергетичній сфері, вдосконалення нормативно-правової бази, залучення приватних інвестицій та використання кредитних інструментів надзвичайно ефективно сприятиме розвитку енергетичної сфери економіки України зокрема, та економічної ситуації – в цілому.

Можливість доступу до європейських технологій та впровадження європейських стандартів гармонічно проєволюціонує в інтенсивний розвиток енергозберігаючих технологій та підвищення конкурентоспроможності енергетичного сектору української економіки.

*Михайлов Р.В.**

КОМУНІТАРНА ПОЛІТИКА СТРАХОВОГО РИНКУ В КРАЇНАХ ЄС

З початку 70-х років основною метою страхового законодавства, яке розроблялось на рівні Європейського Союзу, було створення єдиного ринку, як передбачено в Угоді про створення ЄС. Така політика підтверджувалася підписанням Директив щодо різних аспектів функціонування страхових ринків.

До основних складових комунітарної політики страхового ринку в країнах ЄС слід віднести:

1. Єдиний ринок страхових послуг.

В директивах про страхову діяльність визначено режим нагляду, який передбачає видачу єдиної ліцензії та виключний пруденційний нагляд з боку компетентного органу країни-члена ЄС, де зареєстрована страхова компанія. Такий режим нагляду дає можливість страховій компанії працювати в будь-якій країні ЄС згідно з принципом вільного створення філій та вільного надання послуг. Єдиний ринок страхових послуг було створено в середині 90-х років після прийняття директив про страхування третього покоління - директиви про страхування життя (92/96/ЕЕС) та директиви про види страхування, інші ніж страхування життя (92/49/ЕЕС) [1.4].

2. Страхування життя.

Згідно з чинним законодавством, що регулює діяльність страхових компаній, страховик не може одночасно займатись страхуванням життя та видами страхування, іншими ніж страхування життя. Це пояснюється природними відмінностями ризиків, притаманних кожному з названих видів страхування, а також вимогами, що висувуються до фінансів та обліку. Директиви, що стосувалися страхування життя були наступні: 79/267/ЕЕС, 90/619/ЕЕС, 92/96/ЕЕС.

3. Види страхування, інші ніж страхування життя.

Починаючи з 70-х років відбулось три етапи прийняття директив, що стосувались відповідно видів страхування, інших ніж страхування життя (директиви 73/239/ЕЕС, 88/357/ЕЕС, 92/49/ЕЕС). Інші директиви також вносили зміни до основних директив про страхування життя та види страхування, інші ніж страхування життя, в результаті чого правовий режим розвивався фрагментарно і став надзвичайно складним.

Особливе місце у видах страхування, інших ніж страхування життя є обов'язкове страхування відповідальності власників транспортних засобів перед третіми особами, який в усіх країнах-членах відноситься до обов'язкового виду страхування [3].

4. Технічні резерви та управління активами.

Як для компаній, що займаються страхуванням життя, так і для тих, які займаються видами страхування, іншими ніж страхування життя, визначено абсолютно різні режими роботи з активами, що представляють технічні резерви, які є основою для здійснення страхових виплат за вимогами застрахованих, і активами, що покривають інші зобов'язання і використовуються для виплат за вимогами інших кредиторів.

* аспірант кафедри світового господарства та міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Заблоцька Р.О.

5. Вимоги щодо платоспроможності та бухгалтерського обліку.

Вимога до страхових компаній забезпечувати достатній запас платоспроможності є одним з найбільш важливих загальноприйнятих пруденційних правил. Запас платоспроможності - це лише один з аспектів, хоча і дуже важливий, фінансового положення страхової компанії. Чинні вимоги щодо запасу платоспроможності були запроваджені у 1973 році з прийняттям Першої директиви стосовно діяльності страхових компаній, які займаються видами страхування, іншими ніж страхування життя (72/239/ЕЕС) та у 1979 році з прийняттям Першої директиви стосовно діяльності страхових компаній, які займаються страхуванням життя (79/267/ЕЕС) [1.5].

Режим забезпечення платоспроможності, створений у 70-і роки, було змінено і модернізовано в рамках пакету «Платоспроможність 1» та «Платоспроможність 2».

6. Регулювання ступеню концентрації на ринку страхових послуг.

У директиві 2002/87/ЄС визначено, що пруденційний нагляд здійснюватиметься за діяльністю групи в цілому, особливо в частині платоспроможності та концентрації ризику на рівні конгломерату, трансакцій, здійснюваних в межах групи, внутрішніх процедур управління ризиками на рівні конгломерату, а також відповідності менеджменту.

7. Реорганізація і припинення діяльності.

У директиві 2001/17/ЄС від 19 березня 2001 року визначено, що рішення про початок реорганізації та припинення діяльності приймає компетентний орган країни-члена ЄС, де було видано дозвіл на діяльність компанії (країна реєстрації) у відповідності до законодавства цієї країни.

8. Договірне право в галузі страхування і захист споживачів.

В ЄС договірне право в галузі страхування ще не повністю гармонізовано. Узгоджені обов'язкові правила стосуються захисту прав споживачів та права на отримання інформації, припинення дії договору та вилучення коштів на користь страхувальника. Ці правила також визначають вибір права, що застосовується до певного договору страхування та до несправедливих умов у стандартних формах.

9. Страхові посередники.

Концепція єдиного ринку страхових послуг передбачає, що страхові посередники повинні мати можливість здійснювати свою діяльність по всій території ЄС та надавати послуги вільно у відповідності до принципів, закладених у Договорі. Страхові посередники є необхідною ланкою в процесі реалізації страхових продуктів у Європейському Союзі. Таким чином, вони є важливим елементом функціонування єдиного ринку страхових послуг.

Отже, в результаті комуні тарної політики в країнах ЄС посилюється процес створення одного з найбільш конкурентних страхових ринків у світі. Страховим компаніям створені достатні умови аби поширювати власні послуги на теренах усього ЄС, маючи при цьому нагляд лише країни-члена, де компанія проходила реєстрацію. Це дає можливість диверсифікувати географію власної діяльності та підвищити прибутковість страхової справи. Позитивним наслідком таких процесів є підвищення рівня якості послуг та концентрації капіталу в компаніях, що зуміли надати найбільшу вигоду кінцевому споживачу, що на макрорівні забезпечую збільшення доходів країн-членів ЄС від діяльності страховиків та врівноважує соціально-економічні дисбаланси, що можуть виникнути в результаті непередбачуваних подій.

Література

1. Директиви ЄС:

- 1.1. 73/239/ЕЕС Перша директива Ради ЄС - Початок та здійснення професійної діяльності в галузі страхування. Електронний ресурс: <http://www.znau.ru/law/eec/eec73-239.shtml>

- 1.2. 88/357/ЕЕС Друга директива Ради про зміни до директиви 73/239/ЕЕС - Положення, спрямовані на забезпечення виконання принципу свободи надання послуг. Електронний ресурс: <http://www.znay.ru/law/eec/eec88-357.shtml>
- 1.3. 90/618/ЕЕС Зміни до директив 73/239/ЕЕС та 88/357/ЕЕС - Страхування відповідальності власників автотранспорту.
- 1.4. 92/49/ЕЕС Третя директива Ради про зміни до директив 73/239/ЕЕС та 88/357/ЕЕС. Електронний ресурс: <http://www.znay.ru/law/eec/eec92-49.shtml>
- 1.5. 2002/13/ЄС Зміни до директиви 73/239/ЕЕС - Маржа платоспроможності компаній, що займаються видами страхування, іншими ніж страхування життя. Електронний ресурс: <http://www.znay.ru/law/eec/eec2002-13.shtml>
2. <http://www.forinsurer.com>
3. Залетов О. Міжнародний досвід регулювання обов'язкового страхування//Економічний часопис-XXI. – Київ, 2004. - №3-4. - С. 41-45.

Шинкаренко І.В.*

ПОДАТКОВА ГАРМОНІЗАЦІЯ ЯК ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ СПІЛЬНОЇ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВ, ЩО ІНТЕГРУЮТЬСЯ

Економічну інтеграцію країн можна визначити як процес розширення та поглиблення економічних зв'язків та взаємозалежності між країнами [1, с. 375]. При цьому аксіоматичним є твердження про те, що передумовою для успішного завершення інтеграції є зняття бар'єрів, які перешкоджають цьому процесу. Більшість науковців, які досліджують економічну інтеграцію, погоджуються, що один з таких бар'єрів, пов'язаний з оподаткуванням [7, с. 3].

Для позначення зближення податкових систем країн у процесі економічної інтеграції використовують термін «податкова гармонізація» [5, с. 270]. Так, процеси формування спільної податкової системи країн, що беруть участь в інтеграційних угрупованнях, нерозривно пов'язані з податковою гармонізацією, адже формування спільної податкової системи відбувається саме завдяки процесам гармонізації.

В першу чергу слід зауважити, що податкова гармонізація виступала у якості предмета багатьох наукових досліджень. Однак, необхідно констатувати, що єдине та загальноприйняте визначення цього економічного поняття відсутнє. Так, аналіз наукових досліджень показує, що термін «податкова гармонізація» використовується для позначення різноманітних процесів, починаючи від спонтанного зближення податкових систем країн світу під впливом глобалізації та закінчуючи встановленням єдиної податкової ставки. Як наслідок, виникли й різноманітні визначення цього терміну.

Визначення терміну «податкова гармонізація» можна знайти у наукових працях, присвячених процесам зближення податкових систем під впливом процесів економічної глобалізації та інтеграції. Вважаємо за необхідне розглянути ці визначення. Так, Міжнародний податковий глосарій, виданий Міжнародним бюро фіскальної документації (IBFD), визначає податкову гармонізацію як усунення розбіжностей або суперечностей між податковими системами різних юрисдикцій або забезпечення взаємної узгодженості цих розбіжностей або суперечностей [6].

Цікавий підхід до визначення податкової гармонізації був запропонований латиноамериканськими економістами Фернандо Велайосом, Альберто Барр'є та Луизом Віллела [4, с. 2]. Так, базуючись на визначенні з тлумачного словника, ці економісти визначають термін «гармонізація» як приведення у гармонію, тобто забезпечення належного співвідношення між певними речами, або приведення у погодженість, консонанс двох або більше частин цілого, або речей, що мають знаходитися у погодженому стані. На підставі етимологічного аналізу дослідники роблять висновок, що термін «гармонізація» походить від давньогрецького слова *armonia*, яке означає пристосування або з'єднання. На підставі цього автори дослідження роблять висновок про те, що гармонізація позначає приведення податкових систем у гармонічний стан, який не повинен розглядатися суто як уніфікація відповідних норм та правил. Проводячи аналогію з музикою, автори звертають увагу, що

* аспірант кафедри світового господарства та міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Шнирков О.І.

можна узгодити податкові системи країн без їх уніфікації так само, як можна поєднати різні звуки й досягти гармонічного звучання, яке буде приємним для слухача.

Якщо поєднати вищенаведені підходи, на нашу думку, можна дати таке загальне визначення податкової гармонізації: під податковою гармонізацією слід розуміти пристосування, яке не обов'язково супроводжується уніфікацією, податкових систем різних країн одна до одної з метою досягнення максимальної ефективності їх спільного функціонування з урахуванням спільних економічних завдань, які мають бути вирішені цими країнами.

З існуючих визначень податкової гармонізації можна зробити також висновок про те, що існує декілька рівнів гармонізації і ці рівні залежать від ступеня економічної інтеграції країн, які проводять політику гармонізації своїх податкових систем.

Цікаву класифікацію ступенів гармонізації запропонував С. Джеймс [2, с. 265]. Так, на думку цього дослідника, ступінь гармонізації різниться починаючи від стадії, коли гармонізація податкових систем в принципі відсутня, до стадії, на якій досягається повна стандартизація підходів до оподаткування.

Слід зазначити, що фундаментально опрацьований розподіл гармонізації за ступенями був зроблений у спільній роботі Альберто Барр'є та Луїзом Віллела у співавторстві з Фернандо Велайесом [4, с. 5].

Як зазначають науковці, першим кроком для розподілу гармонізації за ступенями є вироблення методологічних критеріїв такого розподілу. Принципово існує кілька критеріїв, які можна взяти за базу. Це, наприклад, нормативно-правові інструменти, що використовуються для досягнення гармонізації, наслідки для економіки або політичні зобов'язання, які беруть на себе країни. Саме останній з названих критеріїв був обраний зазначеними науковцями для розробки шкали ступенів гармонізації.

Цей вибір пояснюється тим, що використання інших критеріїв є недоцільним та складним з технічної точки зору. Так, політичні зобов'язання, що беруть на себе уряди країн, як критерій розподілу гармонізації за стадіями є достатньо універсальним, що надає можливість провести більш обґрунтоване розмежування між стадіями податкової гармонізації [4, с. 5]. Так, рівні політичних зобов'язань, які приймають на себе країни у зв'язку з будь-якою дією, направленою на гармонізацію, можна визначити та порівняти між собою. Більше того, зазначений підхід дозволяє ввести у шкалу також неформальні інструменти координації податкової політики.

Виходячи з зобов'язань, які беруть на себе уряди країн у процесі податкової гармонізації, цей процес можна розділити на такі стадії, починаючи з найвищої [4, с. 6-7].

- **Стандартизація.** На зазначеній стадії податкової гармонізації досягається повна уніфікація податкових систем. Стандартизація є найвищим ступенем гармонізації податкових систем, які можуть досягти країни.

- **Сумісність.** Країни, що досягли стадії сумісності, налагоджують свої податкові системи таким чином, щоб компенсувати викривлення економічного розвитку в умовах інтеграції, які виникають внаслідок різниці у податках, що справляються в цих країнах. На відміну від уніфікації податкових систем сумісність не обов'язково пов'язана з уніфікацією окремих її елементів. На цьому етапі необхідним є створення інституційних інструментів, які б дозволяли контролювати, щоб дії країн відповідали домовленостям, направленим на досягнення сумісності.

- **Координація.** На сьогоднішній день концепція податкової координації не є чітко розробленою. Так, певні автори дотримуються підходу, що координацією слід вважати будь-які дії країн, направлені на зближення податкових систем, які не відповідають вищезазначеним стадіям гармонізації. Але, на думку Барр'є, Віллела та Велайеса, такий підхід є занадто обмеженим і не дозволяє відобразити багатогранність процесів податкової

гармонізації. У зв'язку з цим згадані науковці запропонували визначити, що координація є проміжною категорією, та віднести до цього етапу всі домовленості та зобов'язання, які не можуть бути віднесені до інших категорій [4, с. 6]. Прикладом координації є кодекси поведінки, які не мають формального обов'язкового характеру, але є орієнтиром, на який звертають увагу уряди країн при прийнятті політичних рішень.

- Співробітництво. Співробітництво між країнами передбачає надання взаємної допомоги у податкових справах [4, с. 7]. Так, у певних випадках така допомога надається в очікуванні на подібну допомогу від іншої країни (це, наприклад, обмін інформацією між податковими адміністраціями країн).

- Конвергенція. Під конвергенцією розуміють спонтанне прийняття країнами однакового рішення з певного питання, що стосується оподаткування або обрання однакового інструментарію податкової політики під впливом глобалізації та податкової конкуренції [3, с. 4].

На підставі вищезазначеного розподілу стадій процесу податкової гармонізації можна зробити висновок, що на поточному етапі розвитку світогосподарських зв'язків важливим стає забезпечення здатності податкової системи країни до координації з податковими системами інших країн. Забезпечення здатності до координації передбачає можливість податкової системи брати участь у діях, направлених на гармонізацію з податковими системами країн - основних економічних партнерів, але без шкоди класичним принципам ефективної податкової системи, які згадувалися вище.

Водночас слід зауважити, що процеси пристосування податкової системи країни до зовнішнього середовища часто сприймаються урядами країн негативно, оскільки податки забезпечують надходження, без яких існування сучасної держави є неможливим. Однак, на нашу думку, протидія процесам податкової гармонізації урядом певної країни на сучасному етапі є недалекою, адже країна може почати відставати у процесі модернізації економіки та її інтеграції у світовий економічний простір.

Література

1. Міжнародна економіка: Підручник / А.П. Румянцев, Г.Н. Климко, В.В. Рокоча та ін.; За ред. А.П. Румянцева. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2006. – 479 с.;
2. James S. Can we harmonize our views on European Tax Harmonization? // Bulletin for international taxation / IBFD. - vol.54 #6. - Amsterdam: IBFD Publications. – August 2000. - pg. 263 – 269;
3. Kopits, G. Tax Harmonization in the European Community. Policy Issues and Analysis // IMF Occasional paper #94. - International Monetary Fund, Washington DC. – June 1992. – 115 pp.;
4. Velayos F., Barreix A. and Villela L. Regional Integration and Tax Harmonization: Issues and Recent Experiences // Taxation and Latin American Integration, edited by Tanzi, V., A. Barreix and L. Villela. – Inter-American Development Bank. – April 2008. – 35 pp.;
5. Wilson J.D. Theories of Tax Competition // National Tax Journal. - Jun 1999; # 52, 2. - pg. 269 – 304;
6. IBFD International Tax Glossary under edition of B. Larkin // IBFD. - 2005. – 514 pp.;
7. Tax Policy in the European Union // European Commission Series: Europe on the move. - 2000 — 38 pp. - http://ec.europa.eu/publications/booklets/move/17/txt_en.pdf

*Бугайова М.**

ПРОГНОЗ ЕКОНОМІЧНИХ НАСЛІДКІВ ПРИЙНЯТТЯ НОВОГО ПОДАТКОВОГО КОДЕКСУ УКРАЇНИ

Наразі актуальним є питання чи новий податковий кодекс є рукою допомоги підприємницькій діяльності чи черговою спробою уряду поповнити державну казну за рахунок населення. Дане питання хвилює всіх, кого так чи інакше торкається проблема оподаткування, тобто більшої частини населення.

Податковий кодекс України регулює відносини, що виникають у процесі встановлення, зміни та скасування податків та зборів в Україні, визначає вичерпний перелік податків та зборів, що справляються в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів і повноваження їх посадових осіб під час здійснення податкового контролю, а також відповідальність за порушення податкового законодавства [5].

Наразі постало питання уніфікації всіх законодавчих та нормативно-правових актів з питань оподаткування та об'єднання їх у єдиний документ під назвою Податковий Кодекс України. На сьогодні вже запропоновано два проекти кодексу – Миколи Катеринчука та Кабміну. Проект Податкового кодексу України, внесений до Верховної Ради України в порядку законодавчої ініціативи народним депутатом України Миколою Катеринчуком, орієнтований на збільшення кількості самозайнятого населення. У той час як проект Податкового кодексу, внесений Кабміном - на створення великих підприємств та надання їм пільгового, в порівнянні з малим бізнесом, режиму оподаткування. Перший, не дивлячись на тривалу 5-річну підготовку на першому ж слуханні зазнав фіаско, другий – був відправлений на доопрацювання. Нині проект Уряду прийнятий за основу Податкового Кодексу. Розглянемо, що являє собою даний проект.

Згідно з урядовим проектом нового Податкового кодексу кількість загальнодержавних податків зменшиться із 29 до 17. Передбачається поетапне зниження ставок податку на прибуток підприємств - з 25% до 20%. При цьому місцева влада отримає право додатково підвищувати ставку податку на 5%, і ці кошти залишатимуться в місцевих бюджетах. Також у планах запровадити податкові канікули для малого бізнесу. Скорочується список видів діяльності, за якими підприємці платитимуть єдиний податок [2].

Всі ці зміни, на перший погляд, звучать досить перспективно та переконливо, проте якщо заглибитися в їх сутність, то наслідки їх можуть виявитися досить несприятливими для українського бізнесу. Так, знижується кількість податків та їх відсоткове вираження, проте це торкається далеко не всіх. Податкові канікули до 2015 року будуть надані суб'єктам господарювання, які мають дохід не більше 300 тисяч гривень. Але це стосується далеко не всіх, як обіцялося у передвиборчій програмі президента В.Ф. Януковича. Оскільки це стосуватиметься тільки фізичних осіб – підприємців, без найманих осіб і ті, які надають побутові послуги: ремонт взуття, техніки, перукарські послуги. Але ж це дуже незначна кількість підприємців [2]. У випадку прийняття даного документа буде погіршено

* студентка 4 курсу спеціальності «міжнародні економічні відносини» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Шнирков О.І.

умови ведення бізнесу для найдрібніших суб'єктів господарювання. Для підприємців, що стоять на базарах, скасовується фіксований податок, за яким вони існували весь цей час, і залишається чинним єдиний податок. — Однак окрім ставки єдиного податку уряд пропонує підприємцям сплачувати соціальні платежі за себе і найманих працівників за загальними підставами. Це означає — якщо раніше підприємець сплачував двісті гривень єдиного податку, з яких щонайменше 90 йшло на соціальні платежі, то тепер ці двісті гривень повинні будуть сплачуватися до бюджету, а соціальні платежі уряд пропонує сплачувати додатково. За нашими попередніми підрахунками, лише це може вдвічі збільшити податкове навантаження на дрібний бізнес [3].

Щодо середнього бізнесу, то самих підприємців малого та середнього бізнесу бентежать нові норми про єдиний податок. Платити його зможуть лише одиниці, більшість видів діяльності, які обкладалися єдиним податком, тепер віддаватимуть державі податки як великі промислові об'єкти. Тобто втрачається будь-який сенс займатися підприємницькою діяльністю у середньому сегменті економіки, якщо більша частина прибутків буде вилучатися державою. По суті, урядовий кодекс орієнтується на підтримку, як правило, великих підприємств і створення країни, де більшість населення не саме зайняте, а є найманими працівниками. Система податку на додану вартість тільки трішки ремонтується і збільшуються фіскальні функції податкової інспекції та податкової міліції [2]. До переліку видів діяльності, що «вибувають» із спрощеної системи оподаткування, тобто тих, що втрачають право користуватися єдиним податком, увійдуть експортери, імпортери, торгівці підакцизними товарами, власники нерухомості, антиквари, інтернет-торгівці та продавці «секонд-хенду» [4].

Окремо у податковому кодексі прописані умови оподаткування нерезидентів України, що займаються певною підприємницькою діяльністю прямо чи опосередковано на території нашої країни. Будь-які доходи, отримані нерезидентом із джерелом їх походження з України, оподатковуються у порядку і за ставками, прописаними у даному кодексі. Відтак дана ставка становить 15% від доходу нерезидента. Прибутки нерезидентів, отримані у вигляді доходів від безпроцентних облігацій чи казначейських зобов'язань, оподатковуються за ставкою 16%. Сума фрахту, що сплачується резидентом нерезиденту за договорами фрахту, оподатковується за ставкою 6%. Страхові компанії, що надають послуги нерезидентам країни, повинні сплачувати податки від внесених сум відповідно 0% - у межах договорів із обов'язкових видів страхування; 4% - у межах договорів страхування ризиків за межами України, коли виплати здійснюються на користь нерезидентів; 12% - в інших випадках. Резиденти, які здійснюють виплати нерезидентам за виробництво або розповсюдження реклами про такого резидента, під час такої виплати сплачують податок за ставкою 20% суми таких виплат за власний рахунок. У разі коли нерезидент провадить свою діяльність не лише в Україні, а й за її межами, і при цьому не визначає прибуток від своєї діяльності, що ведеться ним через постійне представництво в Україні, задля уникнення подвійного оподаткування сума прибутку, що підлягає оподаткуванню в Україні, визначається на підставі складення нерезидентом відокремленого балансу фінансово-господарської діяльності. У разі неможливості визначити прибуток нерезидента, він визначається органом державної податкової служби як різниця між доходом та витратами, визначеними шляхом застосування до суми отриманого доходу коефіцієнта 0,7. Суми податку на прибуток, отриманий з іноземних джерел, що сплачені суб'єктами господарювання за кордоном, зараховуються під час сплати ними податку в Україні. Не підлягають зарахуванню у зменшення податкових зобов'язань такі податки, сплачені в інших країнах, як податок на капітал/майно та приріст капіталу; поштові податки; податки на реалізацію (продаж); інші непрямі податки [5].

Задеклароване зниження податкових зборів — це, звичайно ж, позитивний момент. Але в нинішній економічній ситуації, зокрема, в формуванні прибуткової частини бюджету, зрозуміло, що відміна якихось податкових зборів має бути компенсована чимось іншим. А відтак планується ввести податок на розкіш, тобто податок на велику нерухомість, на досить дорогі автомобілі та інше [4]. За словами прем'єр-міністра М.Я. Азарова, цей різновид податку існує в усіх європейських країнах і є цивілізованою нормою. Він зазначає, що, зокрема, податок на нерухомість стане внеском багатих людей у спільну казну. Надходження від податку на нерухомість підуть до місцевих бюджетів. У свою чергу юристів бентежить база оподаткування. Об'єктом оподаткування є тільки житлова нерухомість, що дозволить платнику легко уникнути оподаткування. Також планується ввести податок на доходи від депозитних вкладів [6].

Даний Податковий Кодекс планують прийняти вже цього року, щоб вже по ньому формувати бюджет на 2011 рік. Розробники проекту податкового кодексу впевнені, що всі їхні нововведення додатково поповнять держбюджет на суму 1,1 мільярди гривень внаслідок зміни системи адміністрування податків, зборів і податкових платежів. Також держбюджет додатково отримає 1,3 мільярди гривень внаслідок змін системи плати за землю [2].

Отже, позитивними сторонами цього документа, виходячи з того, що нам відомо, можна вважати поступове зниження податкового тягаря на бізнес, використання сучасного податкового інструментарію (наприклад, податок на нерухомість), усунення більшості лазівок ухилення від податків (у тому числі, через єдиний податок). А ось критичні оцінки пов'язані, в основному, з прагненням підсилити чисто фіскальні і адміністративні підходи до податкової політики [7].

Література

1. <http://ru.proua.com/inform/623.html>
2. <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,5690760,00.html>
3. <http://www.day.kiev.ua/299670>
4. <http://www.epravda.com.ua/publications/2010/09/6/247200/>
5. Урядовий проект Податкового Кодексу України, стаття 1, 103-108, 160.
6. http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ed_2010_06_17/JF50T00I.html
7. <http://news.finance.ua/ua/~1/0/all/2010/09/11/209166>

*Єрмолаєв О.**

ПРОБЛЕМИ РЕГУЛЮВАННЯ СВІТОВОГО РИНКУ СИРОВИННИХ РЕСУРСІВ В МЕЖАХ СОТ

Актуальність цієї теми полягає в тому, що правила СОТ зазвичай не регламентують використання сировинних ресурсів до того як вони були зібрані або видобуті. У зв'язку з цим виникають проблеми, що мають бути врегульовані двосторонніми та багатосторонніми домовленостями. Крім цього, міждержавне управління ринком сировинних ресурсів має багато законодавчих прогалин, які не були ліквідовані домовленостями в рамках Уругвайського раунду переговорів та існують через незавершеність Дохійського раунду [2].

Насамперед треба зазначити, що в 2008 році частка торгівлі сировинними ресурсами складала близько 24% від світової торгівлі, і дорівнювала 3,855 трлн. дол. США [1].

Розгляд проблем регулювання ринку сировинних ресурсів почнемо з проблем застосування субсидій. Декілька питань, що стосуються дотацій сировинних галузей країнами-членами СОТ були обговорені впродовж Дохійського Раунду переговорів [2, 4]. Гарним прикладом субсидування сектору сировинних ресурсів є рибна промисловість. Вперше сукупний обсяг субсидій в рибній галузі був підрахований в 1992 році ФАО, і становив лише 54 млрд. доларів в світовому масштабі [1]. В 2009 році лише рибній галузі було надано дотацій на 29 млрд. дол. США, тобто обсяг субсидій істотно скоротився. Аналітики СОТ, у доповіді про світову торгівлю 2010 року вважають, що субсидії рибній промисловості привносять проблему вичерпання рибних ресурсів, закликаючи до ще більшого використання рибних ресурсів [1]. Це відбувається наступним чином: держава дотує внутрішні підприємства з вилову риби, це дозволяє їм збільшити обсяг риби, що виловлюється, що в свою чергу підвищує їх конкурентоспроможність на ринку і призводить до більшого вилову риби.

Іншою проблемою використання субсидій в рибній промисловості є те, що країни-члени СОТ не зможуть адекватно повідомляти СОТ про використання ними субсидій. Для регулювання цього питання, в рамках Дохійського Раунду переговорів, на конференції Міністрів в Гонконзі в 2005 році було підписана «широка» домовленість про заборону деяких видів субсидій рибної промисловості з метою запобігання надмірному вилову і неконтрольованому зниженню ціни на ці види риби [2].

У світовій практиці регулювання ринку сировинних ресурсів існує також проблема застосування подвійного ціноутворення. Подвійне ціноутворення – це система диференційованих цін на внутрішньому та експортному ринках, яку можуть застосовувати уряди, наприклад, встановлюючи найвищу ціну, за якої сировинні ресурси можуть бути продані на внутрішньому ринку [1]. При цьому, ця ціна знаходиться нижче рівня експортних цін. Це надає переваги внутрішнім виробникам, що споживають ці сировинні ресурси, за зниженими цінами, у порівнянні із закордонними виробниками. Як і у випадку з експортним оподаткуванням, подвійне ціноутворення є одним з інструментів політики «розорення власного сусіда». В цьому випадку, необхідною була б угода між СОТ та країною, що застосовує подвійне ціноутворення. Якщо механізм подвійного ціноутворення добре

* студент 4 курсу спеціальності «Міжнародні економічні відносини» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Поліщук Л.С.

відпрацьований, він одночасно буде надавати пільги внутрішнім виробникам, не завдаючи значної шкоди іноземним.

В контексті внутрішнього регулювання ринку сировинних товарів постають дві проблеми [3]:

- Чи є регулювання сировинних ресурсів перепорою для торгівлі?

Якщо внутрішнє регулювання сировинних ресурсів впливає на доступ до внутрішнього ринку, торговельні зобов'язання країни можуть змусити її переглянути внутрішню політику для полегшення доступу іноземних партнерів на власний ринок [4]. Можливість позову до СОТ торговельного партнера буде стримувати держави від впровадження надто жорстких заходів з захисту національного ринку.

- Чи є торговельні правила перепорою для збереження кількості природних ресурсів в світі?

В даному випадку можна розглянути декілька ситуацій. Наприклад, сприятлива ціна на ресурси в даній країні заохочує їх видобування не тільки внутрішніми виробниками, а й зовнішніми. Це загострює проблему входу на ринок. Прагматична політика держави в даному випадку була б: підняти вимоги до входу на ринок. Але це могло б зашкодити іноземним партнерам, з якими вона пов'язана угодами. Таким чином, держава буде вимушена не створювати бар'єри для входу на ринок, іноді навіть зашкоджуючи внутрішнім виробникам, що конкурують з імпортом.

Іноді держави можуть застосовувати обмеження пов'язані із захистом навколишнього середовища. Якщо ці заходи передбачають збільшення виробничих витрат для внутрішніх підприємств, то для уряду знову постає дилема між поліпшенням системи використання природних ресурсів та погіршенням конкурентоспроможності виробників що виробляють імпортозаміщуючі товари. Аналітики СОТ вважають, що вирішенням даної проблеми буде використання державою комплексу заходів, що одночасно не погіршать відносини з торговельними партнерами та будуть частиною ефективною політики зі стимулювання національної економіки [1].

Регулювання водних ресурсів країни може бути цікавим прикладом можливих міжнародних угод у цій сфері. Торговля продукцією сільськогосподарського сектору може відноситися до цієї сфери, адже 85 відсотків світового споживання води припадає на сільське господарство. Крім того, водні ресурси, що використовуються в с/г реалізуються за заниженими цінами. Правильною економічною політикою буде закріплення справедливої ціни на водні ресурси.

Основними проблемами регулювання світової торгівлі сировинними ресурсами є неефективне використання експортних податків, субсидій, проведення неефективної внутрішньої та неузгодженої зовнішньої політики тощо [3]. Проблеми постають внаслідок того, що Правила СОТ не були створені спеціально для того, щоб регулювати торгівлю сировинними ресурсами. Це і є причиною прогалин в міжнародних угодах, чи значною невизначеністю у міжнародній торгівлі.

Література

1. World Trade Report 2010 – Trade in natural resources – WTO Publications;
2. The Doha Round Texts and Related Documents – WTO Publications;
3. Кіресев О.П. Міжнародна економіка. В 2-х ч. - Ч. I. Міжнародна мікроекономіка: рух товарів та факторів виробництва. Посібник для вузів. - М.: 416 с.
4. Наслідки вступу до СОТ для української економіки: оцінка цінової конкурентоспроможності. Алі Баяр, Ірина Кобута, Євген Шкарбан, Віталій Жигадло, Олександр Шевцов – К.: 2007. – 39 с.

*Ключівський І.**

ВПЛИВ ГРЕЦІЇ НА СПІЛЬНУ ЄВРОПЕЙСЬКУ ВАЛЮТУ

Досліджуючи актуальні проблеми сучасних міжнародних відносин, ми звернули увагу на питання, яке ми вважаємо досить важливим на даному етапі розвитку Європейського співтовариства, важливого економічного партнера України.

Світова фінансова система похитнулася під впливом фінансової кризи, що здійснює безпосередній вплив на економіки окремих країн, а також і на економіку Європейського співтовариства в цілому. Нами була обрана дана тема, оскільки ми вважаємо що основним чинником, який посилив вплив світової фінансової кризи на економіку європейського союзу є саме Греція. Отже, постає питання який саме вплив зі сторони Греції можна спостерігати на спільну європейську валюту.

Мета нашої доповіді звернути особливу увагу на роль Греції в ЄС, оцінити її вплив на євро, та зробивши висновки спрогнозувати подальшу поведінку євро в світі.

На сучасному етапі розвитку країни Півдня Європи опинилися в особливо важкій ситуації, коли завищений для їх економіки обмінний курс євро веде до втрат конкурентоздатності і загального економічного занепаду. Сьогоднішні проблеми в Греції, Португалії і Іспанії є наслідком збереження в період тривалого часу на низькому рівні облікової ставки євро, що призвело до перегріву їх економік і швидкому зростанню інфляції. Але найбільш складному стані опинилася саме Греція. Відзначимо, що сукупний борг Греції перевищив 300 млрд. євро, причому тільки в 2009 році країна позичила близько 80 млрд. євро, або 30% ВВП. Бюджетний дефіцит країни склад рекордні для Єврозони 12,7 % ВВП, що по суті є найбільшим в Європі і в разі перевищує рівень передбачений згодою про єдину валюту. Але незважаючи на це влада країни не збирається добровільно відмовлятися від євро, заявляючи що за межами Єврозони країні буде набагато складніше пережити кризу. Голова Центрального банку Греції Георгіус Провопулос запевнював що вирішити проблеми економіки країни вдасться швидше, лише перебуваючи в зоні євро.

Наступне на щоб би ми хотіли звернути увагу - це причини такого економічного занепаду Греції. З самого початку Греція була слабкою ланкою в ЄС, країною з великою кількістю соціально-економічних проблем:

По-перше майже до останнього часу Греція залишалася переважно аграрною країною, і розвиток промисловості розпочався тільки в самому кінці минулого століття, в останні 4 роки до кризи економіка Греції зростала в два рази швидше ніж в країнах Старої Європи. Але щодо ВВП країни то цей рівень був значно нижчий показників Євросоюзу.

По-друге соціальна політика країни с великими соціальними гарантіями населенню, майже 30 років країна вела політика марнотратства, існувала не по власним коштам. До такої політики слід віднести рішення про зменшення пенсійного віку до 55 років, надати всім студентам право на безкоштовні обіди, Така політика є неминучим дефолтом і розорення даної країни.

Третьою причиною називають і Олімпіаду в Афінах в 2004 році яка обійшлася грекам в 9 млрд. євро. Але отримати віддачу від інвестицій країна так і не змогла.

* студент 4 курсу спеціальності «міжнародні економічні відносини» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Копистира А.М.

Проаналізувавши поведінку євро в період подій в Греції, ми прийшли висновку що економічні події в країні суттєво впливають на курс Європейської валюти. Так за даними Форекс євро в червні місяці сягнуло рівня 1,19\$ за 1 євро, саме в цей період в Греції досягнула піку криза. Також таке падіння курсу відбулося через пониження рейтингу Греції агентством Moody's. В цьому ж місяці агентство понизило кредитний рейтинг країни зразу на 4 ступені з інвестиційного рівня А3 до Ва1, що і призвело до падіння валюти.

Але сьогодні ми бачимо що євро стабілізувалося у на сьогодні вже складає 1,39\$ за євро. Що ж стало причиною такого росту валюти.

По-перше, була укладена угода між 16 країнами Єврозони про допомогу Греції. 2 травня 2010 року Греція домовилася з Євросоюзом і МВФ про надання їй фінансової допомоги на суму 110 млрд. євро у вигляді трирічної програми кредитування за пільговими ставками, значно нижче за ринкові. Натомість Афіни зобов'язані проводити радикальну програму скорочення бюджетного дефіциту. Протягом трьох років дії програми уряд планує скоротити дефіцит бюджету додатково на 30 млрд. євро, щоб до 2014 року знизити дефіцит менш ніж 3% ВВП.

По-друге, отримання 18 травня першого траншу згідно договору зазначеного вище. 14,5 млрд. євро перерахували Греції партнери в зоні євро і ще 5,5 млрд. було надано Міжнародним валютним фондом.

Третя причини заходи які прийняла Греція для зменшення дефіциту бюджету. Серед них зниження на 15% доходів державних службовців, ліквідується 13 та 14 зарплата і пенсія, яку отримували службовці та пенсіонери в держсекторі, вони замінені доплатою в розміру не більшому ніж 1000 євро на рік, ПДВ підвищено до рівня 23%. Також збільшили акцизи на паливо, спиртні напої, сигарети, На 8 % скорочене фінансування міністерств, парламенту, бюджетів поліції, пожежної і берегової охорони.

По-четверте, в зв'язку з покращенням становища в країні, в вересні Греція отримала другий транш від МВФ в розмірі 2,5 млрд. євро та 6,5 млрд. євро від Європейського союзу.

В результаті дослідження ми дійшли висновку, що економіка країн Європейського союзу тісно пов'язана, і будь-які негаразди в одній країні, призводять до негативних ефектів на всьому просторі ЄС. У випадку Греції, ми можемо спостерігати вплив однієї країни на всю європейську валюту. Але незважаючи на це, чіткі та економічно обґрунтовані дії ЄС здатні впоратися з стабілізацією своєю валюти.

Література

1. Кондратьєва Н.Б. Конкуренція в ЕС: економіка, політика, право / Н.Б. Кондратьєва ; Інститут Європы РАН. – М.: Рус. сувенир, 2009. – 74 с.
2. Марченко А. Регіональна політика Європейського Союзу: історія і сучасність // Світова економіка, №5, 2004р
3. Шер Д. Шенгенська угода, розширення ЄС та Європейська безпека // Національна безпека і оборона, №3, 2004р.

Ковальчук С.*

АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СИТУАЦІЇ ТА ОЦІНКА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ЄС

Досліджуючи актуальні проблеми сучасних міжнародних відносин, ми звернули увагу на питання, яке вважаємо важливим на даному етапі розвитку світової економіки.

Світова спільнота стурбована посиленням фінансової нестабільності в Європейському союзі. Нами була обрана дана тема, оскільки ми вважаємо що розвиток країн ЄС є важливим не лише для розвитку регіону, а для світової економіки в цілому. Саме тому ми вирішили приділити особливу кризі заборгованості, проблемі відновлення економіки, внутрішньополітичним факторам, які впливають на стан країн ЄС, проаналізувати їх та дати оцінку перспективам подальшого економічного розвитку.

Мета нашої доповіді звернути особливу увагу внутрішню фінансову кризу, яка вразила ЄС, подати різні точки зору світової спільноти та визначити які можливі варіанти подальшого розвитку подій.

Очікувалось що в 2010 році економіка ЄС за рахунок прийнятих антикризових заходів почне зростати, набираючи до кризові темпи. Але ситуація не змінилась.

Колишні сценарії розвитку ситуації здаються тепер занадто оптимістичними. Ще в середині січня 2009 року єврокомісар з питань економіки Хоакін Алмунія пророкував поліпшення кон'юнктури в другій половині цього ж року. Тепер же багато економістів погоджуються з тим, що економічна криза буде більш глибокою і протриває довше, ніж це передбачалося раніше.

Незважаючи на це міністри фінансів країн Євросоюзу мають намір встановити графік скорочення дефіциту національних бюджетів. Більшість членів ЄС почнуть активні дії зі зниження бюджетного дефіциту в кінці 2010 році, а ті країни, які лише незначно порушили маастрихтські критерії, - в 2011 році.

Згідно з даними Ж. Баррозу, які наводить прес-служба Єврокомісії, в 2010 році сумарний ВВП ЄС в перерахунку на душу населення знизився на 4%, а промислове виробництво впало на 15% - до рівня 1999 року.

З грудня 2008 року число безробітних у ЄС зросло більш ніж на 7 мільйонів осіб - до 23 мільйонів. При цьому рівень безробіття досяг 10% - найвищого показника з початку 1990-х років минулого століття.

Дефіцит бюджету в середньому по ЄС становить близько 7% ВВП, а рівень заборгованості за два роки зріс на 20%.

На думку пана Стросс-Кана, «існує ймовірність того, що, якщо європейці не будуть діяти швидко, через десять або 20 років баталія (за лідерство в світовій економіці) буде розіграватися між США та Азією, в той час, як Європа залишиться осторонь».

Глава Європейського центрального банку Жан-Клод Тріше вважає, що витoki нинішньої гострої кризи в сфері державних фінансів виникли 6 років тому, коли Німеччина і Франція порушили положення пакту стабільності.

На думку Тріше, уряди в Берліні і Парижі протягом декількох місяців і навіть років діяли вкрай безвідповідально.

* студент 4 курсу спеціальності «міжнародні економічні відносини» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

«Німецькій громадськості слід було б так бурхливо реагувати на порушення європейського пакту стабільності не зараз, а ще в 2004 році», - сказав він.

На фоні цієї ситуації фундаментальної ваги набуває так зване «грецьке питання», хоча на нашу думку не варто виділяти Грецію, як єдину країну яка винна в цій ситуації. Так звана група PIGS (Португалія, Італія, Греція та Іспанія) вже давно є порушниками пакту стабільності. Проблема в тому що з 2007 року не було прийнято жодних заходів з поліпшення їх положення. Сума порятунку з 110 млрд. зросла вже до 750 млрд. євро.

І зараз багато експертів вже говорять, що вихід деяких країн із зони євро - це не така вже й неймовірність, як могло здатися ще рік тому. Ще до «грецького вогню».

Одні можуть вийти «по слабкості». Наприклад, Греція або Португалія (другий головний претендент на фінансову неспроможність). Греція може залишити євро, повернутися до драхм, девальвувати їх (і таким чином здешевити свій експорт) і почати економічний підйом. Але для цього їй треба буде списати всі 300 млрд. зовнішнього боргу.

Німеччина, з іншого боку, може покинути євро, з причини власної сили. Німеччина в цьому році досягне зростання ВВП в розмірі 3,4 % (це при тому що попередній рік був на рівні -4,7 %), Франція також показала зростання але на рівні 0,6%.

«Не хочеться німцям тягти і платити за безладних, відчайдушних і безвідповідальних південних «нахлібників», які «витрачають більше, ніж заробляють». Зокрема таку точку зору представила німецька Frankfurter Allgemeine Zeitung. Це, між іншим, газета, яка завжди відображала думки самої консервативної німецької економічної спільноти.

Після того як Ангела Меркель погодилася брати участь у викупі грецьких боргів (велика частина грошей і для греків, і до фонду стабілізації євро надійде саме з Німеччини - в цілому за 147,6 млрд. євро). Партія Меркель ХДС вже програла місцеві вибори у найбільшій землі Німеччини Північний Рейн-Вестфалія і вже втратила контроль над верхньою палатою - бундесратом.

Хоча загальноєвропейська статистика дуже не втішна: дефіцит платіжного балансу 37 млрд. євро, дефіцит торгового балансу 4,3 млрд. євро, промислове виробництво за 2010 зросло на 0,1 %, безробіття на рівні 10,1 %, інфляція євро на рівні 1,8 %, помітні позитивні зрушення.

Підводячи підсумки ми хотіли б зауважити, що на нашу думку не має підстав для радикальних змін в складі країн Єврозони. Провідні економіки ЄС починають показувати ознаки економічного підйому, але кульмінація даної ситуації буде в 2013 році. Подальша доля економічної допомоги країнам ЄС буде залежати від того яка політична сила прийде до влади на зміну партії Ангели Меркель. Економічна зростання буде сповільнюватись неузгодженістю економіки «північного» і «південного» секторів ЄС, саме тому час для ЄС зробити наступний крок в формуванні наддержавного утворення, яке мало більший контроль над економікою для збалансування і забезпечення економічного зростання. Сам факт поділу ЄС на ці сектори, який, до того ж, активно зауважується в пресі, негативно впливає на громадську думку та призводить до певної невдоволеності частини суспільства. Країни боржники з повинні прислухатись до рекомендацій, які їм були надані Єврокомісією. Якщо жодних заходів не буде прийнято, то фінансування зовнішнього боргу за рахунок інших країн членів, може призвести до того, розвиток країн ЄС буде сповільнений і процес виходу з кризи затягнеться не на один рік.

Новиков В.*

ВПЛИВ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ НА ЗАСОБИ ПРОТЕКЦІОНІЗМУ КРАЇН G20: ОСТАННІ ТЕНДЕНЦІЇ

Перш за все необхідно сказати про загальні тенденції розвитку світової економіки та торгівлі, серед яких головними пунктами виділяють:

- зменшення об'єму світової торгівлі на 12% за 2009 рік (повернення до рівня 2006 року). Але вже зараз можна бачити відновлення зростання, більшою мірою в Східній Азії і Китаї.

- звільнення 27 мільйонів людей у світі у 2009 році, що призвело до встановлення нового рекорду світового безробіття – 200 млн. І це число не зменшується у 2010 році. Цей факт є дуже важливим, адже саме зростання кількості безробітних є каталізатором для встановлення жорсткіших заходів у міжнародній торгівлі.

- зменшення заходів протекціоністської політики країн G20 у другому півріччі 2009 року порівняно з першим, і послідовне послаблення в першій половині 2010.

- прямо пропорційний зв'язок між рівнем внутрішнього безробіття й інфляції та мірою протекціонізму торгівлі

- нові торговельні рестрикції мають тенденцію до поширення у тих галузях, які вже доволі захищені: мінеральні ресурси, текстиль і вироби з металу. Це спровоковано високою працемісткістю цих секторів, і, як результат, побоюванням щодо впливу світового безробіття та цінової кон'юнктури на внутрішні сектори. (ціна спровокована наявністю даних товарів у країнах, що розвиваються – тобто тих, які вважаються другорядними у питанні виходу з кризи)

- стосовно торгівлі послугами, тенденція збільшення захисту секторів не спостерігається, хоча все ще залишається значне втручання держави у сектори транспортних та фінансових послуг

Протягом другої половини 2009 року були випадки не тільки поширення впливу держави, а й запровадження заходів «відкриття» торгівлі такими країнами, як Австралія, Бразилія, Канада, Китай, ЄС, Індія, Індонезія, РФ та Туреччина. Саме вони проінформували СОТ про припинення дії раніше прийнятих рестрикцій цих норм і перехід до відкритої торгівлі.

Аналізуючи заходи, вжиті країнами G20 протягом даного періоду, можна побачити, що більшість з них була спрямована на оздоровлення торгівлі (антидемпінг, компенсаційне мито та заходи захисту).

Вплив тарифного регулювання на світовий імпорт (за секторами) можна представити за допомогою наступної таблиці, яка відображає частку світового імпорту й імпорту країн G20, що підпадає під захист за допомогою методів тарифного регулювання (див. таб.1).

Всупереч сподіванням, випадки ініціації антидемпінгових розслідувань тільки зменшились порівняно з 2008 роком (див. таб.2).

* студент 4 курсу спеціальності «міжнародні економічні відносини» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Заблоцька Р.О.

Табл.1.

| | жовтень 2009 – жовтень 2010 | вересень 2009 – вересень 2010 |
|---------------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| частка у світовому імпорті | 0.8 | 0.35 |
| частка в імпорті країн G20 | 1.3 | 0.59 |
| | Частка у світовому імпорті | Частка в імпорті країн G20 |
| Загальний імпорт, що піддався впливу | 0.41 | 0.72 |
| <i>Продукція сільського господарства</i> | <i>0.02</i> | <i>0.03</i> |
| <i>Промислова продукція</i> | <i>0.39</i> | <i>0.69</i> |
| <i>Мінерали</i> | <i>0.19</i> | <i>0.33</i> |
| <i>Метали і вироби з металу</i> | <i>0.07</i> | <i>0.12</i> |
| <i>Машини і устаткування</i> | <i>0.06</i> | <i>0.10</i> |

Табл.2.

| Країни-члени | 2008 | 2009 |
|--------------------------|-------------|-------------|
| <i>Аргентина</i> | 19 | 28 |
| <i>Австралія</i> | 6 | 9 |
| <i>Бразилія</i> | 23 | 9 |
| <i>Канада</i> | 3 | 6 |
| <i>Китай</i> | 14 | 19 |
| <i>ЄС</i> | 19 | 17 |
| <i>Індія</i> | 55 | 29 |
| <i>Індонезія</i> | 7 | 6 |
| <i>Японія</i> | 0 | 0 |
| <i>Республіка Корея</i> | 5 | 0 |
| <i>Мексика</i> | 1 | 2 |
| <i>РФ</i> | ... | 7 |
| <i>Саудівська Аравія</i> | 0 | 0 |
| <i>Південна Африка</i> | 3 | 2 |
| <i>Туреччина</i> | 22 | 6 |
| <i>США</i> | 16 | 19 |
| Всього | 193 | 152 |

Кількість випадків розслідувань щодо компенсаційного мита навпаки збільшилась:

Табл.3.

| Країни-члени | 2008 | 2009 |
|------------------------|-------------|-------------|
| <i>Австралія</i> | 1 | 1 |
| <i>Канада</i> | 1 | 1 |
| <i>Китай</i> | 0 | 4 |
| <i>ЄС</i> | 1 | 6 |
| <i>Індія</i> | 0 | 1 |
| <i>Південна Африка</i> | 2 | 0 |
| <i>США</i> | 3 | 13 |
| Всього | 8 | 26 |

Також збільшились і випадки процедур розслідування щодо захисних заходів збоку країн G20:

Табл.4.

| Країни-члени | 2008 | 2009 |
|---------------------|-------------|-------------|
| <i>Бразилія</i> | 1 | 1 |
| <i>Індія</i> | 1 | 10 |
| <i>Індонезія</i> | 2 | 0 |
| <i>РФ</i> | ... | 5 |
| <i>Туреччина</i> | 1 | 1 |
| Всього | 5 | 12 |

Підводячи підсумки, необхідно сказати, що СОТ залишається ефективним інструментом регулювання світової торгівлі й превентивним механізмом регресійного розвитку світової економіки в цілому, залишаючи за ринковими інституціями левову частку забезпечення функціонування економічних відносин як всередині країн, так і на міжнародній арені.

*Богомаз Є.**

СЬОГОДЕННЯ ВСЕСВІТНИХ ВИСТАВОК. УЧАСТЬ УКРАЇНИ В ЕКСПО 2010 ШАНХАЙ КИТАЙ

Всесвітня виставка (або Експо – Ехро) – це міжнародна виставка, яка є символом індустріалізації та відкритим майданчиком для демонстрації технічних та технологічних досліджень.

Перша всесвітня Експо була відкрита в Гайд-Парку у Лондоні 1 травня 1851 року за ініціативи принца Альберта.

Нині організаційні питання проведення виставок регулюються Паризькою Конвенцією 1928 р. про міжнародні виставки, а практичні питання вирішує створене у 1928 р. та розташоване у Парижі Міжнародне бюро виставок, до якого входять 88 країн [1].

Поява Всесвітніх, або Великих всесвітніх виставок, як вони називалися раніше, була історично визначена бурхливим розвитком на середину ХІХ ст. промисловості в Англії, Франції та Німеччині.

Сьогодні значення виставкової діяльності в світовій економіці важко переоцінити. Всесвітні виставки відіграли важливу роль у швидкому розповсюдженні передових винаходів по всьому світі, розширенні виробництва, зростанні товарообігу та покращенні взаєморозуміння між народами різних країн [2].

Сьогодні виставкова галузь динамічно розвивається та є основним стимулом збільшення попиту на товари, технології та послуги. Завдяки тим можливостям, які відкривають виставки для відвідувачів, – особистому контакту та діалогу з продавцем, демонстрації продукції в дії та можливості порівняння з іншим товаром, виставки стають дедалі ефективнішим інструментом продажів та мають вирішальний вплив на покупців у придбанні продукції. Поряд із комерційною функцією виставки виконують роль інформаційних центрів, так як дають можливість порівняти однорідні вироби, виготовлені у різних країнах, оцінити їх позитивні риси та недоліки, зробити висновки щодо переваг того чи іншого способу виробництва [2].

Участь у виставці Експо є формою підтримки національного бізнесу, що здійснюється шляхом демонстрації національних конкурентних переваг країни, що торкаються як усієї системи цінностей, так і окремих галузей та навіть фірм. Рішення про участь у Всесвітніх виставках приймається на рівні урядів країни. Свої експозиції презентують 150-180 країн. Експо можна віднести до категорії глобальної рекламної кампанії, що орієнтована на універсальну аудиторію, яка включає практично всі професії, вікові та соціальні групи населення. Кількість відвідувачів універсальних виставок Експо складає 40-45 млн. чол. [1].

Крім того, проведення виставки є надзвичайно престижним заходом для країни-організатора, який впливає на її політичний імідж, а в довгостроковій перспективі – і на розвиток економіки та інтеграцію в світовий економічний простір, посилює авторитет країни, зміцнює позиції на міжнародних ринках, підвищує інвестиційну привабливість держави. Статистика Експо свідчить, що витрати приймаючої країни на створення комплексу для

* студентка 3 курсу спеціальності «міжнародні економічні відносини» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: ас. Фаренюк Н.В.

проведення виставки, необхідної інфраструктури в місті та регіоні окупаються частково вже під час підготовки та проведення заходу, в основному ж – через 5-7 років використання.

Експо 2010 Шанхай Китай триває в даний момент – з 1 травня до 31 жовтня 2010 р. Тема виставки – «Краще місто – краще життя», тобто пропонується концептуальне рішення проблем, пов'язаних із скороченням ресурсів, зниженням рівня злочинності, забрудненням навколишнього середовища шляхом моделювання міст майбутнього [6].

Україна стала першою країною, яка підтвердила свою участь в Експо 2010 у Шанхаї, і, до того ж, вперше демонструє власну експозицію в окремому павільйоні площею 500 м². 24 серпня було відмічено національне свято країни, станом на 21 серпня павільйон відвідали більш ніж 3 мільйони чол., тобто приблизно 25 тис. чол. за день. Розпорядником павільйону за результатами тендеру була призначена компанія «Економедія» [7].

За концепцію української експозиції було взято принцип «Від стародавнього до сучасного міста» і простежено розвиток українського міста від часів Трипільської культури до наших днів. Оздоблення павільйону було виконане зі значною кількістю трипільської символіки, майже ідентичної до символіки давньокитайської цивілізації Яншао, і за рахунок цієї схожості було встановлено більш тісний контакт саме з китайськими відвідувачами. На виставці українською командою було представлено відео-концепцію історії м. Кам'янець-Подільського та дві екоскульптури: проект «Місто XXI сторіччя. Від мрії до моделі» – закриту екосистему з населенням у 100 тис. чол. та концепцію «12 принципів розвитку навколишнього середовища», а також стенд НАН України з сучасними прикладними розробками українських вчених [7].

Проте участь України у виставці була ускладнена скрутним фінансовим становищем, причини якого полягають у тому, що, попри задекларовані надії українського уряду щодо стимулювання розповсюдження та впровадження інновацій після демонстрації їх на виставці, влада виявила незацікавленість у сприянні представленим проектам. Зокрема, на підготовку презентації було виділено лише \$1 млн., тоді як США на аналогічні цілі витратили \$61 млн., Росія – \$20 млн., Польща – \$27 млн., Білорусь – \$6 млн. Крім того, у 2009 році фінансування експозиції з бюджету взагалі було призупинено, а станом на початок квітня 2010 р., коли експонати вже мали бути встановлені, було переведено лише 10% заявленої суми. Через зміну складу уряду під час підготовки виявилось неможливим знайти посадовців, відповідальних за проект [8].

Крім того, незацікавленим у розробленні виявилось і суспільство країни загалом: з усіх українських міст заявку на презентацію власної концепції подав лише Кам'янець-Подільський. Київ надав деякі відеоматеріали, але згодом відмовився від участі через відсутність коштів та нестабільну на той час політичну ситуацію в КМДА. З 15 компаній, яким організаторами були розіслані запрошення до співробітництва (причому партнерський пакет був оцінений у 0,5-1 млн. грн., тоді як в Європі ця сума складає 500 тис. євро), лише 3 погодились співпрацювати, але потім відмовились від спонсорства [8].

Проте, не дивлячись на такі несприятливі умови, Україна досягла певних успіхів на Експо 2010. Зокрема, за оцінками організаторів Експо та китайської преси, павільйон України увійшов до десятки найкращих, а перший національний канал КНР з аудиторією у півтора мільярди чол. транслював його відкриття протягом перших двох днів кожні 15 хв. Китайське населення зацікавили проекти, представлені українською командою. Окрім вищезазначених, також увагу було приділено «Екології інформаційного простору» та мережі «Егоїсти» з їх концепцією харчування майбутнього [9].

Оцінки результатів участі України на Експо 2010 Шанхай Китай неоднозначні. Очевидною є недостатня зацікавленість влади та суспільства. Тому усі зусилля мають бути направлені на закріплення у суспільній свідомості необхідності участі країни у подібних

заходах, які є важливою складовою процесу інтеграції України у світові соціально-економічні процеси.

Література

1. <http://expo2008.ru/expo/history/> История выставок ЭКСПО: РОЛЬ ВСЕМИРНЫХ ВЫСТАВОК ЭКСПО В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ
2. http://analiculturolog.ru/ru/journal/archive/item/407-article_40.html ВСЕМИРНЫЕ ВЫСТАВКИ, ИХ РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ. Иноземцева И. Е.
3. CEIR Power of Exhibitions II: Deloitte & Touche Consulting Group (1996)
4. CEIR Research Report PE II, США (2000)
5. <http://www.segodnya.ua/news/14137538.html> Середя, 19 травня, 2010 Україна на «Експо»: Триполье и шумеры
6. <http://en.expo2010.cn/yqkl/index.htm> Real-time Visitor Data
7. <http://www.zptown.at.ua/news/2010-08-24-3753> Україна на ЕКСПО-2010 в Китає
8. «Інвестгазета» №16, 26.04-11.05.2010 «Експозиція слабости»
9. <http://www.bigyalta.com.ua/black-sea-news/12481> 20.08.2010 Український павільон вошел в десятку лучших на «Шанхай ЕКСПО-2010» - газета «День»

Заліток Л.*

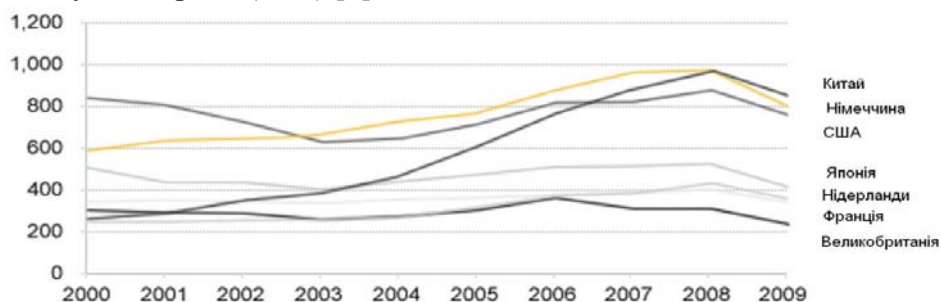
ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПАНСІЇ НІМЕЧЧИНИ

В епоху глобалізації дедалі більше тіснішають зв'язки між національними економіками різних країн. Зовнішньоекономічний сектор починає відігравати все більшу роль у забезпеченні економічного зростання й добробуту держав. Так, Німеччина - основний двигун економіки ЄС (ВВП Німеччини у 2009 р. - 2.4 трлн. євро - становив 20% ВВП ЄС), провідний світовий експортер та інвестор – досягла значних економічних успіхів не в останню чергу завдяки розширенню зовнішньоекономічного сектора і сприянню держави у підтриманні міжнародної конкурентоспроможності німецької економіки [4].

Основними чинниками зростання ролі Німеччини у світовому господарстві стали значне розширення внутрішнього ринку, масове оновлення і зростання основного капіталу і, як наслідок, «надіндустріалізація» економіки. Так, найбільшу частку у доданій вартості ФРН становить обробна промисловість (приблизно 1/5), а це одна з найвищих часток у Європі. Німецькі компанії обробної промисловості становлять 8,5% європейських і забезпечують 26% товарообороту ЄС в обробній промисловості.

Така структура ВВП призвела до орієнтації на активну участь у міжнародному поділі праці. Так, економіка ФРН характеризується високим рівнем інтернаціоналізації виробництва. Експорт завжди виконував функцію локомотива німецької економіки, а його широка товарна диверсифікація сприяла його стабільності. З 2003 року експорт Німеччини щороку зростає на 8%. Фактично ФРН на 6 років перейняла у США статус найбільшого експортера у світі, тільки у 2009 р. поступившись за обсягами експорту Китаю. Слід зазначити, що багато провідних експортних галузей водночас є великими імпортерами. У 2009 р. імпорт і експорт ФРН становили 674 млрд. євро і 808 млрд. євро відповідно (сальдо торгового балансу склало 136,1 млрд. євро).

Німецькі товари хімічної, автомобільної і машинобудівної галузі користуються особливо високим світовим попитом. Основні торгові партнери Німеччини включають такі європейські країни як Францію, Сполучене Королівство, Італію, і Нідерланди, а також такі міжнародні ринки як США, Китай, Росію і Японію. 63% всього експорту надходить до європейських країн, у т.ч. 15% - до країн Східної Європи. У 2009 р. другим регіоном за обсягом імпорту з Німеччини була Азія, в яку надійшло близько 14% німецьких товарів, за якою слідує Америка (10%) [3].



* студентка 3 курсу спеціальності «міжнародні економічні відносини» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: ас. Фаренюк Н.В.

Слід вказати, що більше 27% німецького промислового товарообігу припадає на інноваційні продукти, які нові як для підприємства, так і для ринку (у Франції і СК – 16%, Фінляндії – 21%, в середньому в Європі – 19%). Швидко імплементуючи останні інновації, компанії здатні швидко забезпечити провідні ролі у відповідних галузях. У 2008 р. експорт високотехнологічних товарів становив 110 млрд. євро (1 місце в Європі і третє у світі).

Основою німецької економіки, двигунами експорту є високо інноваційні малі й середні підприємства (МСП). Вони складають 99,7% усіх компаній і надають роботу 70,5% працівникам.

Багато з цих МСП є лідерами світового ринку у відповідних його нішах. Разом з провідними міжнародними компаніями – такими як Bayer, BASF, Daimler, Volkswagen, and Siemens тощо – вони утворюють базу обробної промисловості Німеччини. Так, у 2009 р. учасниками міжнародної торгівлі з ЄС були більше 580 000 підприємств [6]. Для прикладу, загальний товарооборот всіх компаній становив у 2007 р. 5.15 трлн. євро.

При погіршенні умов відтворення в країні, загострення конкуренції на світових ринках німецькі компанії переорієнтували свою зовнішньоекономічну стратегію на розширення зарубіжних виробничих потужностей і збутової мережі. У 90-ті роки особливо різко зростає значення міжнародних потоків інвестиційних капіталів, які починають грати вже не менш, якщо не більш значну роль, ніж міжнародна торгівля товарами та послугами.

Німецькі компанії, особливо ТНК, все більше віддають перевагу експорту капіталів як провідній формі своєї зовнішньоекономічної діяльності. Їхня стратегія все більш будується на розширенні виробництва на підприємствах своїх зарубіжних філій і розвитку експорту з країн базування.

У 2009 р. обсяг вивезених з Німеччини ПІП становив 10,5 % валового нагромадження основного капіталу, а саме – 62 705 млн. дол. (16% вивезених ПІП ЄС). Транскордонні ЗІП німецьких компаній становили в 2009 р. 24 313 млн. дол. (27,1 % ЗІП ЄС).

Постійно зростаюча зовнішньоекономічна експансія німецьких компаній суттєво впливає на внутрішню структуризацію економіки ФРН, а також відіграє ключову роль у забезпеченні її стабільності.

У другому кварталі цього року ВВП Німеччини виріс на 2,2% в порівнянні з першим кварталом. Між тим, якщо порівняти нинішні показники з аналогічним періодом минулого кризового року, то зростання німецької економіки склало 4,1%. Одна з головних рушійних сил німецького «локомотива» - успішні торгово-економічні відносини Німеччини з азіатським регіоном, в першу чергу, з Китаєм. Крім того, дедалі міцніше завойовує американський ринок німецька автомобільна промисловість. У 2010 р. німецький уряд передбачає зростання ВВП 1,4%.

Зовнішньоекономічна експансія Німеччини активно підтримується на державному рівні: через законодавство, гарантування зовнішньоекономічних операцій, стимулювання за допомогою грантів, кредитів, укладання договорів з іншими країнами. Особлива увага при цьому приділяється підтримці дрібного й середнього бізнесу, що здійснюється за рахунок дебіюрократизації процесів створення і становлення компаній, пільгового оподаткування, організаційної та фінансової підтримки.

Отже, ФРН як самостійний суб'єкт світового господарства і як частина Європейського союзу є одним з найважливіших економічних центрів сучасного світу. По суті, за усіма основними зовнішньоекономічними показниками Німеччина займає лідируючі позиції і має досить потужний потенціал нарощення темпів економічного зростання в плані посилення своєї ролі і місця у світовому економічному просторі.

Красільчук Я.*

КИТАЙ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНИЙ ПАРТНЕР УКРАЇНИ

Відомо, що Україна нині здійснює зовнішньоторговельні операції з 208 країнами світу. Основними торговельними партнерами нашої держави є країни СНД, на долю яких припадає понад 40% експорту товарів з України та більше 30% імпортих надходжень в Україну. При всій важливості держав ЄС як торговельних партнерів нашої країни (їхня питома вага у зовнішньоторговельному обороті товарами та послугами України становить 29%), одним з найбільш ємних та перспективних ринків збуту українських товарів на сьогодні справедливо вважається КНР, зокрема та країни Азіатсько-тихоокеанського регіону (АТР), у цілому, на долю якого припадає понад 12% загального обсягу торгівлі товарами. Достатньо звернути увагу, що обсяг зовнішньої торгівлі КНР навіть у кризовому для світової економіки 2009 році склав 2,2 трлн. дол. США, з них експорт - 1,2 трлн. дол., імпорт - 1,0 трлн. дол. США.

Між Україною та КНР відповідно до Статті 2 Угоди про торговельно-економічне співробітництво (підписана та набула чинності у 1992 р.) діє режим найбільшого сприяння в усіх галузях торговельно-економічного співробітництва.

Головною ознакою двосторонньої торгівлі з початку 2010 року є відновлення обсягів товарообігу та наближення до показників до кризового періоду (2008 року). У січні-червні 2010 року загальний обіг товарів між Україною та КНР становив 2 млрд. 338,73 млн. дол. США (1 млрд. 911,30 млн. дол. США за 06.2009) та збільшився, у порівнянні з відповідним періодом 2009 року на 22,4 %. При цьому, експорт становив 495,60 млн. дол. США та зменшився на 39,2%, а імпорт склав 1 843,13 млн. дол. США та збільшився у 1,7 рази. Скорочення обсягів експорту на фоні зростання обсягів імпорту товарів стало причиною росту від'ємного сальдового показника (досягло -1 347,5 млн. дол. США).

Головною ознакою розвитку експортних поставок до КНР у 2010 році є зміна у структурі експорту, а саме, заміщення однієї з головних складових українського експорту до КНР – продукції чорних металів поставками сировинної складової – залізвмісних руд, що й призвело до скорочення обсягів загального українського експорту до КНР.

Головною товарною позицією за 6 місяців 2010 року стали мінеральні продукти, на які у січні-червні 2009 року припадало 34,8% загального обсягу експорту до КНР, а у січні-червні 2010 р. питома вага становила 58,9 %. Друге місце займають поставки хімічної продукції, частка яких збільшилася з 3,0% до 14,5%. Третє місце – машини, устаткування і механізми, частка яких з 4,1 % за 6 місяців 2009 року збільшилася до 11,2 % за 6 місяців 2010 року. Четверте місце займали поставки неблагородних металів та виробів з них, які у 2009 році посідали перше місце. Питома вага цієї товарної позиції різко скоротилася з 54,3% до 5,5%. П'яте місце зайняли поставки олії соняшникової, які здійснюються до КНР з березня 2009 року. Їх частка з менше 0,1% зросла до 3,7%. за 06.2010.

Головною ознакою імпорту за 6 місяців 2010 року, є збільшення обсягів поставок більш ніж у півтора рази. Основними товарними групами були: машини, устаткування та

* студент 3 курсу спеціальності «міжнародні економічні відносини» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: ас. Стаканов Р.Д.

механізми – 25,5 %, текстиль та текстильні вироби – 12,2 %, неблагородні метали та вироби з них – 9,3 %, пластмаси та каучук – 9,0 %, продукція хімічної та зв'язаних з нею галузей – 8,9%.

З причин географічної віддаленості країн торгівля послугами складає незначну частину, лише 2,1% загального обсягу двосторонньої торгівлі у 2009 році.

У I півріччі 2010 року обсяг торгівлі послугами збільшився у порівнянні з показниками відповідного періоду 2009 р. у 1,6 рази та складав 48,74 млн. дол. США. Основу двосторонньої торгівлі послугами складає експорт, де переважають науково-дослідні та дослідно-конструкторські послуги – 55,1 %; транспортні послуги – 34,2 %. У імпорті переважають послуги пов'язані з державним управлінням – 31,7 %.

Перспективними для подальшого співробітництва є гірничо-металургійна сфера (розширення поставок продукції чорної металургії, реалізація спільних проектів, зокрема обмін ноу-хау й іншою технічною інформацією), галузь машинобудування (розширення поставок гірничошахтного обладнання до КНР, створення спільних підприємств з його виробництва із використанням українських технологій), ядерна енергетика, авіабудування (створення середніх та важких транспортних літаків, авіаційних двигунів та іншої техніки для потреб КНР) і аграрна сфера (експорт зернових, олійних і молочних).

Підсумовуючи вищесказане, слід зазначити, що з метою подальшої диверсифікації українського експорту на ринки КНР, а також виходу на ринки нових країн-імпортерів доцільно вбачається:

- запровадження на законодавчому рівні державної підтримки розвитку, експорту, аналогічної існуючим відповідним системам в країнах – членах СОТ, створення відповідної інфраструктури;
- вдосконалення механізму своєчасного повернення українським експортерам ПДВ;
- забезпечення НБУ разом з комерційними банками оптимально можливого зниження кредитних ставок для вітчизняних експортерів;
- інформатизація зовнішньоекономічної діяльності шляхом утворення комплексної інформаційної системи підтримки суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, участь у провідних виставкових заходах, бізнес-форумах тощо.

Харина У.Я.*

МІСЦЕ ЕКОНОМІКИ КНР В СИСТЕМІ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

Китайська Народна Республіка — одна з найбільш розвинутих країн світу, ринкова економіка якої формується на основі п'ятирічних планів, що є однією з визначальних ознак командно-адміністративної економіки. Саме керівництво Китаю економічну систему своєї країни називає «будівництво соціалізму із китайською специфікою». Станом на 2010 рік Китайська Народна Республіка посідає друге місце в світі по величині номінального ВВП, обійшовши Японію, та друге місце по ВВП, розрахованому за паритетом купівельної спроможності. Останнім часом КНР починає займати провідні позиції в розвиткові світової економіки, більшість товарів на світовому ринку виготовляються саме в Китаї. Цим самим Китай заслуговує все більше і більше поваги серед провідних країн світу. У республіці створене конкурентоспроможне ділове середовище, особливостями якого є дешева, проте досить кваліфікована робоча сила, достатня кількість енергоносіїв за низькими цінами, гарно розвинена інфраструктура та таке інше.

Китайська економіка на даному етапі свого розвитку являє собою другу в світі за величиною після США. Китай обійшов США, ставши найбільшим торговельним партнером Японії в 2004 році, Індії – в 2008 році, Бразилії – в 2009 році [5]. Більшість економістів схильні до думки про те, що саме економіка КНР стане першою великою економікою, яка відновиться після поточної фінансової кризи [8].

КНР на сьогодні є гравцем світового масштабу, який грає самостійну роль в світовій, а особливо в регіональній економіці [7]. Щоб підтвердити це, можна навести простий приклад: взаємозалежність Китаю та США. Китай покладається на США як на основного споживача своєї продукції, а США на сьогодні вже досить сильно залежать від китайського імпорту.

Китай одним з перших приєднався до «Програми сталого розвитку на XXI століття» і на сьогодні вже впевнено просувається шляхом сталого економічного розвитку, не дивлячись на ряд проблем (залежність від експорту, світова фінансова криза і таке інше). Глобальне економічне зростання повністю пов'язане зі зростанням економіки Китайської Народної Республіки. Китай відіграє активну та позитивну роль в процесі виходу зі світової фінансової кризи та відновлення світової економіки.

Аналітики вважають, що в кризі, яка проходила в Китаї, можна виділити наступні етапи: перший (червень 2008 – лютий 2009 рр.), коли спостерігався спад показників економічного розвитку; другий (березень 2009 – 2010 рр.) – поступове відновлення економіки; третій (за прогнозами почнеться у 2010 році) – повне відновлення економіки та початок економічного зростання [2].

До основних наслідків світової кризи для економіки Китаю відносять наступні: постраждало виробництво, орієнтоване на експорт, саме через те, що одним з головних споживачів китайської продукції являються США, купівельна спроможність яких у зв'язку з кризою значно знизилась (падіння показників експорту почалось у листопаді 2008 року

* студентка 3 курсу спеціальності «міжнародні економічні відносини» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: проф. Шнирков О.І.

[4]); зниження попиту на продукцію сталеварної промисловості через скорочення попиту на сталь за межами КНР та зниження рівня експорту на товари з використанням заліза [9]; зниження темпів зовнішньої торгівлі; сповільнення темпів промислового виробництва; зростання труднощів у сфері працевлаштування [4], збанкрутувало більше 70 тис. фірм по всій країні, зріс рівень безробіття, сповільнився темп зростання валютних резервів, зниження доходів населення та таке інше [6].

В КНР через ряд причин не відбулось тотального обвалу: не участь фінансових компаній Китаю у спекуляціях на світовому ринку (звідси захищеність від зовнішнього впливу), порівняно високий рівень зростання ВВП (якщо брати аналогічні показники країн Заходу), найбільші золотовалютні резерви у світі – 1,9 трлн доларів – за будь-якої необхідності можуть бути витрачені на підтримку банківської системи країни, керівництво країни проводило досить розумну ефективну антикризову політику (було скорочено відсоткові ставки в цілях стимулювання економічного зростання в країні; було затверджено зменшення податкових ставок для експортерів; було прийнято рішення щодо покращення інфраструктури (перш за все, залізничної та автотранспортної сіток) для того, щоб зробити Центральну Азію більш доступною для всього світу) [9].

Окрім продуманих кроків влади щодо зменшення впливу кризи на економіку своєї країни, було виділено і 145,3 млрд. доларів США для того, щоб витягти світову економіку зі спаду, більшу частину яких призначена для інвестицій з метою фінансового стимулювання економіки [1]. Через те, що КНР розвивається такими фантастичними темпами, вона скоро може зайняти провідні позиції у світовій економіці, цим самим обійшовши США та витіснивши їх з лідерських позицій.

Китайська Народна Республіка посідає чільне місце у зовнішньоекономічній діяльності і вже зроблено ряд офіційних заяв Президентом України Віктором Януковичем щодо поглиблення відносин з КНР та підтримки посилення позицій Китаю в світовій економіці. На сучасному етапі розвитку ЗЕЗ між Україною та Піднебесною спостерігається тенденція до поглиблення співробітництва у інвестиційній, інноваційній галузях та науково-технічному співробітництві.

Список використаних джерел та літератури:

1. «Власти КНР готовы вложить в экономику более \$145 млрд», 11.01.2010 - <http://www.rosbalt.ru/2010/01/11/702675.html>
2. «Экономика Китая полностью преодолет влияние мирового финансового кризиса в 2010 г.», 07.12.2009 - <http://fintimes.km.ru/novosti/krizis/8860>
3. «Обзор мировой экономики — март 2010 года» — <http://www.ereport.ru/reviews/rev201003.htm>
4. Василий Кашин «Реакция Китая на кризис: образцовая программа», 4.04.2009 - <http://oko-planet.su/politik/politikmir/8413-reakciya-kitaya-na-krizis-obrazcovaya-programma.html>
5. Джинг Мен «Превратит ли финансовый кризис Китай в супердержаву» - <http://www.nato.int/docu/review/2009/FinancialCrisis/Financial-Crisis-China/RU/index.htm>
6. Константин Кокарев «Об антикризисной политике Китая», Информационно-аналитический бюллетень «Российский вектор», №4 (35), 2009 http://www.perspektivy.info/oikumena/ekdom/ob_antikrizisnoj_politike_kitaja_2009-12-08.htm
7. Михаил Сухарев «Китай в XXI веке», 25.03.2005
8. Олег Маслов «Китай и мировой кризис: асимметричный ответ Китая (хроника текущего мирового кризиса – 7)» - <http://www.polit.nnov.ru/2008/11/08/chinasimetr7/>
9. Ольга Фаши «Влияние финансового кризиса на Китай», 28.11.2008 - <http://narodinfo.ru/articles/60415.html>

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСІВ

*Балуєк Т.В.**

ПРАКТИКА ВНУТРІШНЬОФІРМОВОГО РУХУ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ІНОЗЕМНИХ ТНК В УКРАЇНІ

Сучасні транснаціональні корпорації (ТНК) є не лише мережею окремих структурних підрозділів, які діють на території різних національних держав, а й цілісною, внутрішньо детермінованою системою, що характеризується стійкими виробничими, фінансовими та іншими взаємозв'язками [1, с. 78]. Завдяки цим взаємозв'язкам ТНК мають змогу не лише залучати фінансування із зовнішніх джерел, а й використовувати власні внутрішньофірмові фонди фінансових ресурсів.

Незважаючи на існування низки емпіричних досліджень руху фінансових ресурсів всередині ТНК, Україна не увійшла до жодного з цих досліджень, а перше емпіричне дослідження практики трансферного ціноутворення ТНК в Україні було проведено автором лише у 2007 році [3]. Значна ж кількість іноземних ТНК на ринку України [4, с. 223] та мікро- і макроекономічні ефекти внутрішньофірмового руху фінансових ресурсів роблять такі дослідження необхідними. Питання операцій між підрозділами ТНК як пов'язаними особами набуває ще більшої актуальності із запланованим прийняттям Податкового кодексу України [2].

Завданням цього дослідження є з'ясування особливостей організації внутрішньофірмових потоків ТНК та практики використання окремих інструментів внутрішньофірмового руху фінансових ресурсів у діяльності їх українських підрозділів. Дослідження ґрунтується на власному емпіричному матеріалі, зібраному автором з первинних джерел інформації (анкетування представників іноземних ТНК на ринку України) у квітні-липні 2010 року.

Більшість ТНК, які діють на ринку України, приймають рішення про фінансові умови внутрішньофірмових операцій на основі змішаної системи (див. рис. 1), тобто рішення приймаються на місцевому рівні за умови їх погодження головним офісом або в рамках централізовано встановлених, але відносно гнучких, правил та процедур. Також поширена централізована система прийняття рішень про внутрішньофірмові операції, за якої рішення приймаються головним офісом.

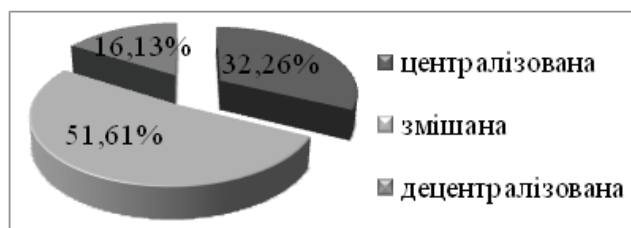


Рис. 1. Система прийняття рішень про внутрішньофірмові операції ТНК

Джерело: складено автором

* аспірант кафедри міжнародних фінансів Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Рогач О.І.

Для руху фінансових ресурсів всередині корпоративної системи іноземні ТНК використовують низку інструментів як короткострокового, так і довгострокового характеру у своїх операціях з українським підрозділом. Найбільш поширеними є додаткові прямі інвестиції, внутрішньофірмові кредити, трансферне ціноутворення, розподіл витрат та взаємозаліки кредиторської та дебіторської заборгованості (див. рис. 2).

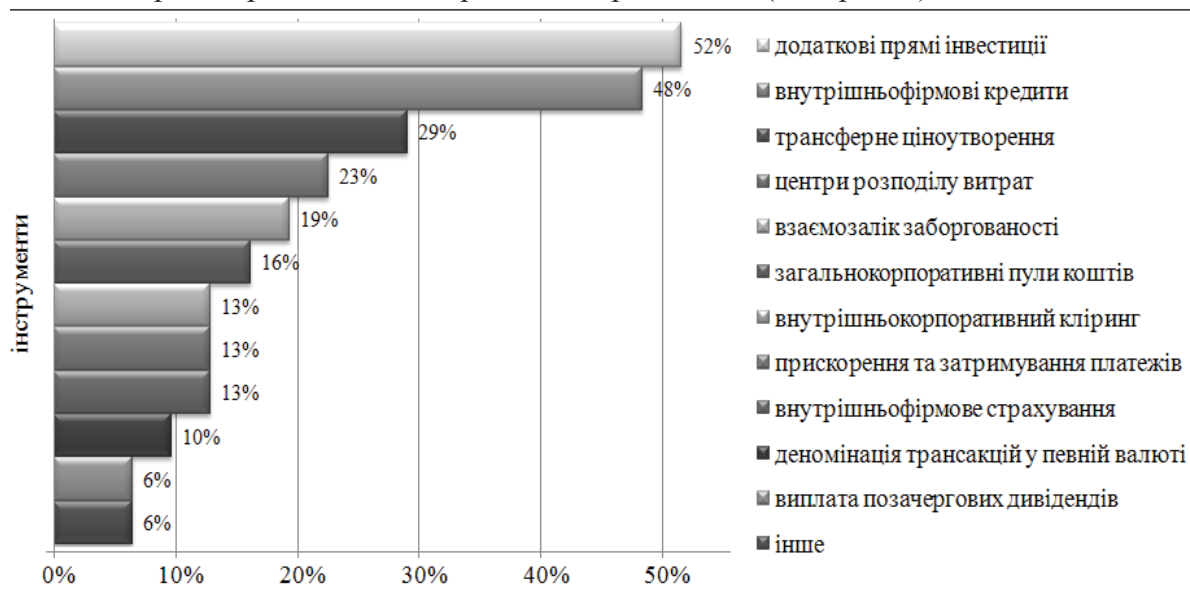


Рис. 2. Використання внутрішньофірмових фінансових інструментів в Україні

Джерело: складено автором

Основними мотивами використання різних внутрішньофірмових фінансових інструментів є необхідність у фінансуванні діяльності підрозділів на зростаючих ринках, потреба у коштах в умовах економічних криз та необхідність у фінансуванні нових підрозділів. Суттєве місце займають мотиви зменшення податкового навантаження, необхідності дезінвестицій з неприбуткових підрозділів та зниження прибутковості задля уникнення підняття заробітних плат. Близько половини ТНК (48%) утримують баланс операцій з українським підрозділом на нейтральному рівні.

Внутрішньофірмове кредитування - один з інструментів руху фінансових ресурсів, які широко використовуються в Україні. Найчастіше воно здійснюється у вигляді прямих внутрішньофірмових кредитів (80%). Деякі ТНК використовують фронтовані кредити та кредити підтримки. Кредитні гарантії є досить поширеними (21% ТНК). Валютами, в яких деномінована більшість внутрішньофірмових кредитів в Україні, є долар та євро, а гривня займає лише третє місце. У більш ніж половині випадків ставки по таким кредитам є нижчими за ринкові, що говорить про можливість залучати більш дешеві ресурси з внутрішньофірмових джерел.

Іншим поширеним інструментом є трансферне ціноутворення. Іноземні ТНК, які використовують трансферне ціноутворення в Україні, віддають перевагу методу «витрати плюс» (75% ТНК). Четверта частина ТНК поряд з іншими методами трансферного ціноутворення використовує методи порівняльної неконтрольованої ціни та ціни перепродажу. Методи розподілу та порівняння прибутків використовують 12,5% опитаних ТНК. Операції з товарами, роботами та послугами всередині ТНК переважно деномінуються у доларах та євро. При цьому, відхилення трансферних цін від ринкових не перевищує 25%. Більше третини українських підрозділів бере участь у спільних внутрішньофірмових науково-дослідних роботах.

Отже, дослідження показало, що іноземні ТНК в Україні використовують широкий спектр внутрішньофірмових фінансових інструментів, що обумовлено не лише виробничими міркуваннями, а й потребами руху фінансових ресурсів між підрозділами. Практика застосування цих інструментів свідчить про залежність вибору конкретного інструменту від сфери діяльності ТНК та стратегічних мотивів.

Література

1. Балюк Т. В. Інтерналізація як основа функціонування сучасних транснаціональних корпорацій // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць. – К: «КНУ імені Тараса Шевченка. ІМВ». – Вип. 82. – Частина II (у двох частинах). – 2009. – с. 77-84.
2. Податковий Кодекс України (проект) // Урядовий кур'єр. – 3 серпня 2010 р. - № 141 – с. 5-72.
3. Rogach A., Balyuk T. Transfer Pricing in Transition Economies: Evidence from Ukraine // Transition Studies Review. – Springer Wien. – Volume 16, Number 1. – May, 2009. – p. 20-33.
4. UNCTAD. World Investment Report. Transnational Corporations, Agricultural Production and Development / United Nations. – New York, Geneva. – 2009. – 314 p.

*Лукашенко С.В.**

ПРОБЛЕМА ВАЛЮТНИХ ДИСБАЛАНСІВ В СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Проблема глобальних дисбалансів відіграє в світовій фінансовій системі дуже важливу роль. Її практичну значущість складно переоцінити - адже мова йде про найбільші світові економіки: США, Китай, Японію, Європейський Союз. У широкому сенсі проблема глобальних дисбалансів виявляється в динаміці курсів основних валют і вартості валютних резервів різних країн. Торгові потоки і взаємні інвестиції істотно залежать від валютних, кредитних і фондових ризиків, які пов'язані з глобальними дисбалансами. У епіцентрі валютних суперечностей знаходяться долар США і юань КНР.

Обмінний курс національної валюти Китаю - юаня встановлюється Народним банком КНР, який отримує відповідні інструкції від уряду країни. Сьогодні юань є неконвертованою валютою, яка не має вільного котирування. У цьому вона кардинальним чином відрізняється від долара США, євро і більшості інших валют країн Заходу. Дана система дозволяє підтримувати занижений - до 40 відсотків - обмінний курс юаня по відношенню до долара і тим самим забезпечувати підвищену конкурентоспроможність китайської економіки. Структурні проблеми китайської і американської економік та існуючі між Пекіном і Вашингтоном фінансові дисбаланси багато в чому були причиною нинішньої глобальної фінансово-економічної кризи.

Маючи по відношенню до Сполучених Штатів стійке і значне позитивне сальдо торгового балансу, Китай купує на отримуваних від експорту долари все нові партії державних облігацій США, що підтримує американський кредитний ринок і ще більше посилює проблему заборгованості країни та її населення.

Китай є найбільшим утримувачем державних паперів США. У такій ситуації обвал долара обернеться для Китаю фінансовою катастрофою. Саме це визначає кроки китайського керівництва, що проводить, не дивлячись на підкреслювану незалежність, украй лояльну по відношенню до США фінансову політику. Таким чином, з урахуванням фінансової політики і нееквівалентного експорту, Китай фактично відіграє дуже важливу роль у фінансуванні американського економічного благополуччя і оплаті американських боргів. У економічному змаганні економік США і Китаю насправді боротьба йде тільки за зміну деяких характеристик (незначне зниження ступеня нееквівалентності) експорту при безумовному збереженні загальної економічної моделі взаємопов'язаних економік. На сьогоднішній день склалася парадоксальна ситуація, коли Сполучені Штати зацікавлені в тому, щоб Китай продовжував скуповувати в великих об'ємах державні облігації США. Інакше з'явиться небезпека підвищення облікової ставки по долару, що здатне привести до краху американської фінансової системи.

Світовий валютний ринок в даний час увійшов до фази підвищеної нестійкості, яка виражається в різких і несподіваних коливаннях курсів основних валют. При цьому ряд експертів наполягає, що спостережувані ефекти є загостренням «глобальних валютних війн», тобто ситуації, коли по всьому світу країни навмисно вдаються до політичних заходів для зниження обмінних курсів своїх валют з метою забезпечення своєму експорту конкурентної переваги в міжнародній торгівлі. Одним з найбільш активних прихильників

* аспірант Інституту світової економіки та міжнародних відносин НАН України
Науковий керівник: к.е.н. Панфілова Т.О.

цієї політики вважається Китай. Віддзеркаленням цієї ситуації стала заява міністра фінансів Бразилії Г. Мантеги, який днями відзначив, що світ зараз знаходиться в умовах «валютної війни». На щорічному саміті Міжнародного валютного фонду і Світового банку, що пройшов у Вашингтоні 9-10 жовтня 2010 р., не було підписано жодних істотних угод щодо вирішення проблеми валютних дисбалансів. Як очікується, «валютні війни» стануть головною темою зустрічі міністрів фінансів і глав центробанків G20 22-23 жовтня в Сеулі.

На глобальному рівні вже визнана наявність існуючих суперечностей і необхідність їх вирішення, проте кроки у цьому напрямку поки що незначні і недостатні для запобігання розвитку найбільш кризових варіантів вирішення вказаних протиріч.

Про односторонні дії для вирішення проблеми глобальних дисбалансів говорити не доводиться: масштаб дефіцитів, які потрібно покрити, дуже великий. Крім того, односторонні дії великих гравців на валютному ринку зазвичай викликають паніку, в результаті якої втрачають всі. Тому для ліквідації глобальних дисбалансів без значних втрат для всіх зацікавлених сторін необхідна координація зусиль.

Небезпека для світової фінансової системи і світової економіки полягає в тому, що значно знецінений долар і безконтрольна емісія державного боргу США рано чи пізно підірвуть довіру міжнародних інвесторів до облігацій Казначейства, а пізніше і до долара як резервної валюти і, можливо, до американських фінансових інститутів в цілому. Відсутність загально визнаних резервної валюти і безризикового інструменту значно понизить довіру міжнародних інвесторів, а значить, і перетікання капіталу в світовій економіці, що істотно уповільнить глобальне економічне зростання.

Таким чином можна зробити висновок, що в світовій економіці сформувалася складна система, заснована на небезпечних дисбалансах, яка загрожує привести до безпрецедентних криз, зокрема політичних. Збереження існуючої конфігурації вестиме до подальшого накопичення суперечностей, до підриву фундаментально обумовлених чинників світового економічного розвитку, і, кінець кінцем, до вирішення даних протиріч в украй гострій кризовій формі. Очевидно, що без реформи світового фінансового і валютного ринку неможливо ліквідувати існуючі дисбаланси в світовій економіці і тим самим остаточно подолати нинішню фінансово-економічну кризу.

Література

1. Чжу Минь об экономике Азии и не только // Финансы и развитие. - 2010. – Июнь. – С. 12-13. <http://www.imf.org>
2. Линда Юэ. Более сильный Китай // Финансы и развитие. - 2010. – Июнь. – С. 8-11. <http://www.imf.org>
3. В. Макарчев, Р. Подервянский. Мировая экономика: «валютные войны» http://www.redstar.ru/2010/10/13_10/5_03.html

*Підчоса О.В.**

СВІТОВА НАФТОГАЗОВА ПРОМИСЛОВІСТЬ: РОЛЬ ТА МІСЦЕ ТНК

Нафта і газ є основними енергоресурсами сучасності, що забезпечують близько 50 відсотків загального кінцевого споживання енергії, і за прогнозами експертів будуть залишатися ними протягом найближчих 20-ти років [1].

Світова нафтогазова промисловість – базова складова енергетичного сектору світової економіки. Її поточний стан та майбутній розвиток залежать від багатьох факторів до яких слід віднести наступні: наявність розвіданих запасів та можливість доступу до них; загальний стан розвитку технологій (пошуку, видобутку, транспортування, зберігання та споживання); поведінка основних акторів галузі. Останній фактор потребує до себе особливої уваги, з урахуванням першочергово впливу на попередні фактори та на динаміку розвитку індустрії в цілому.

Специфіка алокації покладів вуглеводнів та зростання попиту на продукти їх переробки зумовила стрімкий процес транснаціоналізації виробничої та збутової діяльності компаній в кінці ХІХ – на початку ХХ ст. Такі компанії існували у формі концернів і стали по суті прообразом сучасних нафтогазових транснаціональних корпорацій (ТНК) [2 с. 9].

Прикладом формування агресивної політики корпоративного сектора в нафтовій промисловості (пізніше нафтогазовій), є приклад компанії Shell Transport, що організувала видобуток нафти в Єгипті, а згодом в Індії, Румунії, Венесуелі, Колумбії. В 1907 році англійська Shell Transport об'єдналася з великою голландською компанією Royal Dutch (заснованою в 1890 році), утворивши потужну транснаціональну нафтову монополію Royal Dutch Shell [3].

В той же час американські нафтові монополії вже в двадцяті роки ХХ ст. мали концесію на пошук та видобуток нафти в країнах Середнього та Близького Сходу, а ще через десять років їх діяльність поширилася на Азію, Африку і Західну Європу.

Після другої світової війни аж до 1973 року в світовій нафтогазовій індустрії домінувала англосаксонська група корпорацій, яка отримала назву «семи сестер» (Еххон, Royal Dutch Shell, Texaco, Chevron, Mobil, Gulf Oil, British Petroleum).

Підрив фактичної гегемонії транснаціональних корпорацій в світовій нафтогазовій промисловості почався в 1960 році зі створенням ОПЕК (Організація країн-експортерів нафти), яка перші тринадцять років свого існування, здебільшого, відігравала формальну консультативну роль. Але події 1973 року, що визвали «нафтовий шок», принципово змінили ситуацію. Результатом цих змін стало: чотириразове збільшення цін на нафту і подальше їх зростання; значне підвищення ролі ОПЕК; часткова або повна націоналізація активів ТНК в нафтовидобувних країнах; виникнення феномену протистояння національних нафтових компаній (NOCs) міжнародним нафтогазовим корпораціям (IOCs) [4].

Національні нафтові компанії володіють приблизно 77% доведених запасів вуглеводнів, в той час як міжнародним нафтогазовим корпораціям належить частка менша за 10% ресурсної бази. Національні нафтогазові компанії також є лідерами в видобутку нафти і

* аспірант кафедри міжнародних фінансів Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Рогач О.І.

газу. З 20 найбільших представників нафтогазової промисловості 14 є національними нафтогазовими компаніями (ННК) або нещодавно приватизованими ННК. Разом з тим найбільші західні нафтогазові ТНК залишаються значно прибутковішими та ефективнішими за ННК аналогічного розміру [5, с. 3].

Основною характеристикою сучасного стану світової нафтогазової промисловості є поступове подолання наслідків, спричинених кризовими явищами в світовій економіці. Разом з тим слід зазначити, що очікуваної, в певних колах експертного середовища, кризи виробництва і поставок у зв'язку зі скороченням попиту на газ, нафту та нафтопродукти – не відбулося. Також зі сторони нафтогазових ТНК не відбулося глобального згортання вже розпочатих масштабних проектів з видобутку та транспортування нафти і газу, а також видобутку та переробки неконвенційних вуглеводнів (сланцева нафта та газ, бітумізовані піски, важка нафта). На відміну від нафтогазових ТНК та ННК Китаю - більшість ННК Близького Сходу, Росії, Бразилії, Венесуели згорнули розробку перспективних проектів до 2013-2015 років.

Підводячи підсумки слід зазначити, що нафтогазові ТНК на даний момент залишаються найвпливовішими акторами світової нафтогазової промисловості, що обумовлено історичним досвідом, активним використанням інноваційних технологій, ефективною системою управління, наявністю розгалуженої збутової мережі, розумінням тенденцій в галузі. Збереження провідної ролі в галузі за нафтогазовими ТНК можливе за умови вироблення стратегії співіснування з ННК, які в свою чергу планомірно транснаціоналізують свою діяльність; та правильної оцінки перспектив розвитку інтегрованих міжнародних сервісних корпорацій, які, володіючи надсучасними технологіями усіх стадій та процесів нафтогазового виробництва можуть в майбутньому розпочати окрім сервісної, ще й самостійну виробничу діяльність.

Література

1. World Energy Outlook 2010 executive summary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.worldenergyoutlook.org/docs/weo2010/weo2010_es_english.pdf
2. Рогач О.І. – Транснаціональні корпорації: підручник / О.І. Рогач. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2008. – 400.
3. Mira Wilkins, «The Emergence of Multinational Enterprise: American Business Abroad from the Colonial Era to 1914», Harvard University Press, 1970.
4. Симонья Н.А. Мировая нефтегазовая промышленность: проблемы и перспективы. М.: ИМЭМО РАН, 2009. – 23 с.
5. The International Oil Companies [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://scholarship.rice.edu/bitstream/handle/1911/20467/NOC_IOCs_Jaffe-Soligo.pdf?sequence=1

*Шоломінська Т.**

НАФТА. ПЕРСПЕКТИВИ ВВЕДЕННЯ ЄДИНОЇ ВАЛЮТИ ТА ПЕРЕХОДУ ДО НАЙВИЩОГО СТУПЕНЮ ВЗАЄМОДІЇ МОНЕТАРНИХ ПОЛІТИК

Явище глобалізації різних сфер міжнародних відносин: культури, політики, торгівлі, економіки та фінансів досліджується багатьма вченими. Сфера ж монетарної політики в умовах інтегрованого світу є найменш досліджуваною, адже інтеграція монетарних політик є найвищим її ступенем і трапляється вкрай рідко. Наразі, єдиним прикладом є ЄС. Саме тому, дослідження вчених-економістів в більшості випадків спрямовані на інтеграційне об'єднання ЄС. В той час, як не меншої уваги потребує дослідження процесів, які відбуваються в інших інтеграційних об'єднаннях, як наприклад НАФТА, СНД, АСЕАН та ін.. Адже, дані угруповання хоч і мають нижчий ступінь взаємодії монетарних політик, однак процеси, які відбуваються всередині них мають важливе значення для теорії міжнародних економічних відносин та міжнародних фінансів зокрема. В умовах сучасної фінансової кризи, особливо зростає актуальність дослідження процесів пов'язаних з взаємодією монетарних політик країн регіону.

Об'єкт нашого дослідження - інтеграційне об'єднання НАФТА. Мета – дослідити доцільність переходу до найвищого ступеню взаємодії монетарних політик – монетарної інтеграції та перспективи введення єдиної валюти.

Північноамериканська зона вільної торгівлі (НАФТА; англ. North American Free Trade Agreement, NAFTA) – інтеграційне об'єднання, яке за ступенем взаємодії монетарних політик ми можемо віднести до відсутності взаємодії монетарних політик, у зв'язку з відсутністю вироблених механізмів взаємодії монетарних політик.

Ідея об'єднання США, Канади і Мексики і створення Північноамериканського Союзу стала головним підсумком саміту президентів цих країн, який відбувся у 2005 році в Техасі. В травні того ж року була опублікована доповідь спеціальної аналітичної групи, де викладалися конкретні плани щодо створення нової наддержави та створення єдиної валюти – «амеро, яка замінить долар, як американський, так і канадський, і мексиканський песо» [1].

Чи, можливим насправді в найближчому майбутньому запровадження єдиної валюти, механізму, який притаманний для найвищого ступеню взаємодії монетарних політик – монетарної інтеграції, і чи було б це вигідно для країн.

Тут думки економістів розділились. Аргументами тих, які виступили за втілення ідеї створення валютного союзу в реальність (Г.Грубель, Р.Пастор, Р.Харріс, Т.Корчев, Барро, Гордон, та ін..) були: відсутність витрат, пов'язаних з конвертацією валют та коливань валютних курсів, стабільність цін, нижчий рівень процентних ставок, підвищення рівня добробуту [3]. Натомість контраргументи були не менш переконливими (Д.Лейдлер, С.Арндт): втрата незалежності у проведенні монетарної політики, запровадження фіксованого валютного курсу, витрати, пов'язані з різницею у відсоткових ставках, та ін.[4].

* аспірант кафедри міжнародного економічного аналізу та фінансів факультету міжнародних відносин Львівського національного університету ім. І.Франка

Науковий керівник: доц. Притула Я.Я.

Якщо розглянути статистику експорту країн НАФТА за місцем призначенням, отримаємо наступну ситуацію. Експорт Канади з країнами Північної Америки складає 79%, з них 77,4% припадає на Сполучені штати і 1,2% прямує до Мексики. 4,1% експорту Мексики йде до Канади і 10,1% до США. У свою чергу, США експортує 20,3% товарів до Канади і 11,7% до Мексики [2]. Дана статистика свідчить, що торгівля зі Сполученими штатами набагато більше важлива для Канади та Мексики, ніж для Сполучених штатів з своїми регіональними партнерами. Можна зробити висновок, що запровадження єдиної валюти, механізму притаманного для ступеню монетарної інтеграції буде набагато більше вигідно для Канади та Мексики, ніж для Сполучених штатів. Дані по міжнародній торгівлі свідчать також про асиметричність економічної взаємозалежності США, Канади та Мексики, обумовлену домінуючим положенням США і слабкою інтеграцією Канади та Мексики. Статистика по динаміці експорту країн НАФТА за місцем призначення дає нам також можливість зробити ще одне цікаве спостереження: явною є тенденція зменшення об'ємів торгівлі в межах НАФТА на користь інших країн світу, а отже, зменшення потенційних вигод від введення єдиної валюти [2].

Докази вчених, а також результати власних досліджень дають нам змогу зробити висновок про недоцільність на даному етапі переходу до найвищого ступеню взаємодії монетарних політик та запровадження єдиної валюти. В свою чергу, якщо розглянути приклад фінансової кризи Мексики у 1994-1995 роках, ми наголошуємо на доцільності створення механізмів взаємодії монетарних політик країн НАФТА та поглиблення монетарної кооперації на рівні інтеграційного об'єднання.

Література

1. Manley J., et.al. Creating a North American Community.- Available from:< <http://www.cfr.org>>
2. Merchandise trade of Canada, United States, Mexico by origin and destination. WTO International trade statistics 2009. Available from:< http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2009_e/its09_world_trade_dev_e.htm>
3. Grubel H. «The Case for the Amero: The Economics and Politics of a North American Monetary Union». The Fraser Institute. Available from:< http://oldfraser.lexi.net/publications/critical_issues/1999/amero/>
4. Laidler D. Monetary Cooperation in the North American Economy. Available from:< WP № 2006-4. <http://economics.uwo.ca/centres/epri/>>

Будз Ю.*

SPV – МІЖНАРОДНИЙ ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ

Сучасна фінансова криза спричинена багатьма факторами. Одним із найважливіших є непрозорість фінансової інформації та шахрайство в сфері фінансів. Одним із інструментів, який підвищив непрозорість і недостатність інформації є сек'юритизація, а саме: її здійснення з допомогою механізму SPV.

SPV (від англ. Special purpose vehicle) або SPE (від англ. Special purpose entity) – компанія спеціального призначення, або «проектна компанія», створена для реалізації певного проекту або для певної мети [1].

Standart & Poor's визначає SPE як юридичну особу, яке навряд чи стане неплатоспроможною у результаті своєї діяльності і яке добре ізольовано від неплатоспроможності або наслідків неплатоспроможності будь-яких, пов'язаних з діяльністю сторін [2].

Як правило, компанії спеціального призначення (SPV), створюються для здійснення угоди і виступають у ролі позичальника, набувають певних прав власності або зобов'язання. Ці компанії засновуються ініціатором (бенефіціаром) проекту.

Причин створення компанії спеціального призначення :

- Сек'юритизація: SPV зазвичай використовуються для сек'юритизації кредитів (або іншої дебіторської заборгованості). Покупець створює фонди з новими купівельними цінами шляхом випуску забезпечених активами цінних паперів на ринку капіталу [3];
- Захищеність від банкрутства: головним мотивом організації такої установи є забезпечення її захищеності від можливості власного банкрутства і впливу банкрутства ініціатора на її фінансовий стан;
- Розподіл ризиків: корпорації можуть використовувати SPV для того, щоб легально «ізолювати» активи проектів з високим ризиком з материнської компанії і дозволити іншим інвесторам взяти на себе частку ризику;
- Фінанси: багаторівневі SPV дозволяють створювати декілька рівнів інвестицій і боргів;
- Передача активів: списання з балансу неліквідних і низько ліквідних активів;
- Податковий тиск: часто використовуються у фінансових схемах, головна мета яких полягає в уникненні податку або маніпулюванні фінансовою звітністю;
- Нормативні причини: SPV іноді може бути створена для того, щоб обійти нормативні обмеження, такі, як правила, що стосуються громадянства, володіння конкретними активами [4];
- Інвестування: SIV (Special Investment Vehicle) – спеціально створена компанія, яка випускає власні цінні папери, а потім витрачає отримані кошти на фінансування інвестиційних проектів свого засновника. У західній практиці вона використовується при структуруванні складного фінансування таких активів, як літаки, супутники, засоби телекомунікації. Наприклад: проект «Північний потік. Штокманівське родовище» реалізується ВАТ Газпром через створення окремої юридичної структури SPE, а для роз-

* студентка 4 курсу спеціальності «міжнародні економічні відносини» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Сніжко О.В.

робки нового процесора Itanium в 2009 році Intel та Hewlett-Packard заснували окрему структуру SPV [5].

Зазвичай така компанія є дочірньою компанією, яка створюється для реалізації одного інвестиційного проекту, для розвитку нового напрямку бізнесу, або для тимчасових завдань. Найчастіше 100% власником такої дочірньої компанії є материнська компанія, проте в деяких юрисдикціях є необхідною наявність інших власників з часткою не менше 3%.

Формами організації Special Purpose Entity є корпорації, трасти, товариства з обмеженою відповідальністю. У різних країнах форма організації цієї установи може бути різною. Вона може бути як юридичною, так і неюридичною особою. У США широко застосовується створення різних корпоративних структур, трастів чи партнерств з обмеженою відповідальністю. Для Європи характерне створення спеціальних, передбачених державою структур. У Франції створюються Фонди грошових вимог, що багато в чому аналогічні нашим взаємним фондам спільного інвестування [6]. У багатьох країнах створення таких установ вимагає схвалення органу, що здійснює контроль за фінансовими операціями в країні.

SPV засновується, як правило, в офшорі, що робиться не тільки з податкових, але і по наглядовим міркувань: необхідний законодавством офшорних зон розмір власного капіталу і ліквідних коштів мінімальний, розмір організаційних та інших витрат теж невеликий. Крім того, будучи резидентом офшорної зони, SPV не потрапляє під регулювання відповідних органів країни банку-оригінатора. Найсприятливішими для створення SPV є Люксембург, Нідерланди та Кайманові о-ви.

Незважаючи на те, що SPV використовуються лише невеликим числом організацій, потенційні ризики для ліквідності і капіталу від таких структур можуть бути достатньо значними. Дуже часто така позабалансова компанія фінансується фінансовою організацією, яка взяла на себе зобов'язання надавати даній структурі підтримки ліквідності. Органами, що встановлюють стандарти бухгалтерської звітності, пропонуються ініціативи щодо збільшення вимог до публічного розкриття інформації в таких позабалансових структурах, щоб вони відбивалися на балансі. У той же час відмінності в розкритті інформації в різних країнах можуть створювати ситуацію, коли обмеженість інформації може створювати ускладнення у вимірі ризиків для емітента [7].

Отже, для уникнення непрозорості і розмивання інформації, використовуючи механізм SPV, рейтингові агентства прагнуть отримати якомога більше інформації про ризики, пов'язані із схожими структурами, від організацій-спонсорів. Така інформація може включати кредитну якість активів SPV, потенційне отримання ліквідності від спонсора, репутаційний ризик від ненадання підтримки за позабалансовим SPV, яке може бути консолідована або переведена на баланс фінансової організації.

Література

1. <http://www.investopedia.com> – сайт Investopedia
2. <http://www.standardandpoors.com> – сайт Standart & Poor's
3. <http://lehmanlotto.blogspot.com> – сайт Lehman Brothers Lives
4. <http://finance.reachinformation.com> – сайт Reach Information
5. <http://capital2b.ru> – Капітал для бізнеса
6. <http://www.yur-gazeta.com> – Юр-газета, стаття «Сек'ютизація – передові фінансові технології з управління дебіторською заборгованістю»
7. SEC Takes Steps to Curtail Abusive Short Sales and Increase Market Transparency/ U.S. Securities & Exchange Commission (7/27/2009) http://www.securitization.net/registration/email/email_blast_29Jul09.htm

Слюсар К.*

СУВЕРЕННІ ІНВЕСТИЦІЙНІ ФОНДИ

Термін «суверенні інвестиційні фонди» було запроваджено у 2005 році А.Розановим і, хоча єдиної думки щодо його точного значення досі немає, більшість дефініцій трактують СІФ, як інвестиційні фонди, що знаходяться у власності держави, створюються з метою досягнення макроекономічних цілей і володіють, розпоряджаються чи управляють активами, використовуючи різні інвестиційні стратегії, у тому числі інвестуючи в іноземні фінансові активи. СІФ, як правило, формуються за рахунок профіциту платіжного балансу, офіційних операцій з іноземною валютою, надходжень від приватизації, бюджетного профіциту і/або надходжень від експорту біржових товарів [6].

У 1953 році в Кувейті уперше було створено такий фонд під назвою Інвестиційне управління Кувейту (Kuwait Investment Authority) і його метою стало інвестування прибутків, отриманих від продажу нафти, для зменшення залежності країни від даного ресурсу. Країни-експортери нафти почали активно створювати СІФ у 70-их роках, саме тоді з'явилися Abu Dhabi Investment Authority, Alaska's Permanent Fund, Alberta's Heritage Fund, Oman's State General Reserve Fund та ін. Згодом було помічено, що періоди активного створення СІФ, заснованих на прибутках від продажу енергоносіїв, співпадають з періодами підвищення світових цін на нафту [5].

Сьогодні у світі існує понад 50 суверенних інвестиційних фондів, більша частина яких зосереджена в країнах Азії (29% від загальної кількості СІФ, у власності яких знаходиться 40% сукупних активів, якими управляють фонди) та Близького Сходу (28% загальної кількості СІФ, що володіють 35% сукупних активів). Джерелами капіталу 60% існуючих СІФ є доходи від експорту вуглеводнів, 8% СІФ фінансуються за рахунок експорту інших товарів, а 32% від загальної кількості СІФ – нетоварні фонди, створені за рахунок надлишкових валютних резервів центральних банків.

Інвестиційна діяльність СІФ пов'язана з такими типами активів, як публічні акції, цінні папери з фіксованим доходом, приватні акції, нерухомість, інфраструктуру й хедж-фонди. Приблизно 80% СІФ інвестують в публічні акції й така ж їх частка в цінні папери з фіксованим доходом, щодо інших типів активів, то 55% СІФ працюють з приватними акціями, 51% - з нерухомістю, 47% з інфраструктурою та 37% з хедж-фондами [4].

Протягом останніх чотирьох років відбулось суттєве зростання активів, що перебувають в управлінні СІФ. Загальна їх сума зараз складає \$3,51 трлн., що свідчить про 9% зростання порівняно з показником 2009 року і про те, що СІФ продовжують зберігати значущість серед інституційних інвесторів. Три найбільших у світі СІФ – Abu Dhabi Investment Authority (ОАЕ), Norway's Government Pension Fund – Global (Норвегія) і China's SAFE Investment Corporation володіють активами обсягом в 1 трлн. доларів [5].

Розподіл інвестицій СІФ за секторами у 2009 році свідчить про деякі зміни у моделях інвестування, а саме відхід від таких високоризикових секторів, як фінансові послуги та нерухомість, що у 2007-2008 роках були пріоритетними напрямками для інвестування, і натомість вкладання інвестицій у сектори пов'язані з природними ресурсами, інжиніринг-

* студентка 4 курсу спеціальності «міжнародні економічні відносини» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: ас. Фаренюк Н.В.

гом та технологіями. Якщо у 2008 на фінансові послуги припадало дві третіх вартості інвестицій СІФ (\$81,7 млрд.), то у 2009 році – 15% (\$10,2 млрд.). Інвестиції СІФ в автомобільну промисловість зросли з 65 млн. доларів у 2008 до 17,4 млрд. доларів у 2009. Так само й обсяги інвестицій в енергетичні ресурси (вугілля, нафта, газ) зросли \$1,3 млрд. до \$11,2 млрд. у 2009 році [3].

Незважаючи на фінансову кризу СІФ продовжували інвестувати на європейських та американських ринках у 2009 році, 42% інвестицій СІФ, що складає 40,7 млрд.дол. були спрямовані на ці ринки. І хоча очевидним є скорочення обсягів інвестицій у ці регіони, воно перш за все пов'язане із загальним зменшенням інвестицій у 2009 порівняно з 2008 – скорочення на рівні 36,6% [3].

Тож якщо на початку тисячоліття у власності СІФ знаходилось активи на суму 1 трлн. дол., то сьогодні вони складають уже більше 3,5 трлн.дол. і за деякими оцінками досягнуть 6 трлн. дол. всього через два роки. Певна річ, ці цифри досить непримітні у порівнянні з активами взаємних, пенсійних чи страхових фондів, але СІФ за обсягом активів уже випередили приватні акції та хедж-фонди.

Цікаво, що зростає також і загальна кількість суверенних інвестиційних фондів: у 2010 році було оголошено про створення 13 нових СІФ у таких країнах, як Колумбія, Гана, Індія, Іран, Ліван, Нігерія, Папуа-Нова Гвінея, Саудівська Аравія, Тайвань і Туніс (хоча деякі з них уже встигли переглянути такі рішення) [1].

У зв'язку з цим постає питання про те, яке ж значення зростаюча популярність суверенних інвестиційних фондів має для сучасних глобальних фінансів. Тут варто зауважити, що збільшення кількості СІФ свідчить про бажання держав зберігати контроль над джерелами утворення національного багатства, представленими у формі наділеності природними ресурсами (такими, як нафта) або резервами, накопиченими у результаті попередніх продажів товарів [2]. І, з цієї точки зору, сучасне зростання важливості СІФ сигналізує про важливі зміни у рамках системи глобальних фінансів, а саме розширення меж прийнятних моделей поведінки держави порівняно із загальноприйнятою на сьогодні практикою.

Література

1. <http://oxfordswfproject.com/2010/09/21/a-new-swf-for-bangladesh>
2. William Miracky Davis Dyer Drosten Fisher Tony Goldner Loic Lagarde Vicente Piedrahita Assessing the Risks THE BEHAVIORS OF SOVEREIGN WEALTH FUNDS IN THE GLOBAL ECONOMY June 2008
3. Back on Course SOVEREIGN WEALTH FUND ACTIVITY IN 2009 SWF Annual Report 2009 MONITOR COMPANY GROUP, L.P. AND FEEM 2010
4. The 2010 Preqin Sovereign Wealth Fund Review
5. 2010 The Trustees of the University of Pennsylvania. The Brave New World of Sovereign Wealth Funds
6. Setting up a Sovereign Wealth Fund: Some Policy and Operational Considerations Udaibir S. Das, Yinqiu Lu, Christian Mulder, and Amadou Sy, IMF working Paper

Чередниченко А.*

ПРИЧИНИ ВІДТОКУ ПОРТФЕЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ З РОСІЇ ТА УКРАЇНИ

Відтік портфельного капіталу з Росії та України часто вважають одним з головних проявів фінансової кризи в цих країнах. Дійсно, в регіональному розрізі країни СНД опинилися в найбільш важкій ситуації, на противагу країнам Латинської Америки та Південно-Східної Азії.

У глобальних масштабах портфельні інвестиції продовжують займати левову частку (48 %) глобальних інвестиційних потоків, порівняно з часткою прямих інвестицій (38 %) та часткою кредитування в загальному обсязі світового ринку капіталу (14 %) [5].

Більше того, роль портфельних інвесторів є помітно ширшою, ніж передбачає традиційний розподіл на прямі та портфельні інвестиції. Хоча б з тієї причини, що прямі інвестиції здійснюються, виходячи з оцінок, котрі формуються портфельними інвесторами, які є короткостроковими, кон'юнктурними та переносять глобальні фінансові катаклізми.

За даними Coordinated Portfolio Investment Survey (IMF), кумулятивний обсяг портфельних інвестицій в Україну постійно зростав до 2007 р. до 12,43 млрд. дол. США, але колосальний відтік зменшив це значення у 2008 р. до 5,525 млрд. дол. США. Аналогічно, сукупний притік в Росію до 2007 р. включно склав 222,226 млрд. дол. США, а у 2008 р. за рахунок відтоку впав до 71,992 млрд. дол. США [7]. На основі оцінки платіжного балансу України станом на вересень 2010 р. цей показник склав 5,694 млрд. дол. США [6].

Аналіз потоків портфельних інвестицій дає змогу виділити такі основні причини їх відтоку з Росії та України:

1. Падіння цін за ключовими експортними позиціями. Для Росії найбільш вразливим виявився, насамперед, енергетичний сектор, для України – металургійний. Ефект від падіння цін зазвичай не призводить до негайного погіршення ситуації через існування довгострокових домовленостей та контрактів із хеджуванням цін. Але тут зіграли роль інші чинники. Пікові рівні цін до кризи стимулювали підприємства активно нарощувати потужності, інвестувати, залучати додаткове фінансування та поглинати конкурентів. Така підприємців пояснювалася розрахунками на сприятливу ситуацію в майбутньому. Звісно, це приваблювало й зарубіжних портфельних інвесторів. Але зміна цінових тенденцій на протилежні показала, що більшість вищеперелічених кроків були зайвими [3].

2. Падіння ринкових цін акцій спричинило хвилю перегляду попередніх угод про купівлю акцій компаній із подальшими судовими розглядами в міжнародних інстанціях. Негативна роль переоцінки довгострокових інвестицій позначилася й на відображенні величезних «паперових» збитків у звітах про прибутки та збитки за 2008 р. та на позбавленні акціонерів очікуваних дивідендів [4, с. 45].

3. Звуження кредитного ринку і криза неплатежів. Необхідність сплати за кредитами наштовхувалась на недоступність традиційного механізму рефінансування для звичайних позичальників, яке було особливо необхідним з огляду на короткостроковий характер більшості виданих за попередні роки кредитів. Це можна пояснити зниженням вартості за-

* студент 4 курсу спеціальності «міжнародні економічні відносини» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Дзюба П.В.

ставного забезпечення по кредитах банків, які почали вимагати внесення додаткової застави. А нові кредити, наприклад, з боку російських банків стали доступними тільки за високими ставками на рівні 20 % річних. Екстремне фінансування з боку таких держбанків, як «Зовнішекономбанк», «Ощадбанк» та «Зовнішторгбанк» розподілялося лише між асоційованими з державою сторонами. Натомість зарубіжні кредитори рідко погоджувалися на рефінансування зобов'язань російських компаній, оскільки самі були у скрутному становищі. Логічним наслідком такої ситуації стала проблема повернення виданих кредитів [3].

4. Деформація фінансового сектору. Оскільки банки самі були учасниками операцій на фондовому ринку, падіння індексів негативно відобразилося на активах банківської системи та її здатності кредитувати економіку. Тому постраждали не тільки корпоративні позичальники, але й компанії, що брали кредити для поповнення обігових коштів.

5. Порівняно більше зростання ризиків в Росії та Україні, ніж в інших регіонах світу. Це твердження можна гарно проілюструвати аналізом динаміки індикаторів російського та українського фондових ринків. Розглянемо індекс РТС та індекс ПФТС. 23 січня 2009 р. індекс РТС опустився до рівня кінця 2003 р. – нижче позначки 500 пунктів. До сер. 2009 р. індекс зріс до 900–1100 пунктів [8]. Аналогічно, 6 березня 2009 р. індекс ПФТС знизився до позначки 199,12 пунктів. До сер. 2009 р. ринок наростив вартість приблизно на 100 %, а індекс досяг 400 пунктів. Тим не менше російський та український фондові ринки станом на сер. 2009 р. були суттєво недооцінені. В Росії дисконт склав 39 %, а в Україні майже 56 %. Це означає, що середня російська компанія оцінювалася лише на 61 % від можливого рівня, який відповідав її середньосвітовому аналогу, а українська ще гірше – менше, ніж на 45 %. Хоча перед кризою у сер. 2008 р. дисконт не перевищував 11 %. Саме тому таке неспокійне ставлення до ризиків у Росії та Україні й прискорило втечу портфельних капіталів [3].

Тепер пропонуємо з'ясувати причини більш динамічного відтоку портфельних інвестицій з України, порівняно з Росією.

1. Девальвація гривні. В листопаді 2008 – березні 2009 р. курс долара по відношенню до гривні постійно зростає, і інвестори побоювалися, що при виведенні грошей з країни втратять прибутки на курсовій різниці, тому розпродавали портфелі українських акцій за будь-яку ціну. Тому зрозуміло, чому за цей період індекс ПФТС знизився в 2,5 р. - до рівня кінця 2004 р. [1]

2. Розмір активів портфельного інвестора. Основні гравці на нашому ринку – фонди, що спеціалізуються на ринках, що розвиваються, а також інвестори, націлені виключно на Східну Європу та Україну, які нерідко мають в управлінні всього по 100 млн. дол. США. Такі інвестори не гребують угодами від 1 млн. дол. США на українському ринку. Натомість в Росії в докризовий період були присутні чимало середніх за світовими мірками фондів (до 50 млрд. дол. США активів) та великих організацій із 50-100 млрд. дол. США в управлінні, яким цікаві угоди на пару сотень мільйонів доларів. Український ринок для них був надто малим. Отже, очевидно, дрібні зарубіжні портфельні інвестори могли набагато легше та швидше вивести капітал з України, ніж середні та великі – з Росії [2].

3. Політична напруга в Україні. Неузгодженість дій різних гілок влади в нашій країні також певним чином підірвало довіру портфельних інвесторів. Тоді як в Росії все було більш-менш спокійно в цьому плані.

Література

1. Дружерученко К. Американська мрія// *Контракти* // 2009. – № 36.
2. Дружерученко К. Інвестор без портфеля// *Контракти* // 2008. – № 26.

3. Осадчий Н. Почему портфельный капитал ушей из России?// Мировая экономика и международные отношения // 2009. – № 6 – С. 52-60.
4. Ткаченко С. Оцінка стану і перспективи розвитку фондового ринку України// Вісник НБУ // 2010. – № 8 – С. 44-50.
5. <http://news.finance.ua/ua/~2/0/all/2010/02/23/188176>
6. http://www.bank.gov.ua/publication/econom/Balans/State_2010_pr.pdf
7. <http://www.imf.org/external/np/sta/pi/global.htm>
8. <http://www.rts.ru/s283>

МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС

*Морозов В.С.**

РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ В ЄС

Одним з головних принципів Єдиного ринку є принцип, за яким усі компанії повинні мати рівні шанси на укладання контрактів з державними установами. Договори на виконання державних замовлень викликають значний економічний інтерес, чи то йдеться про контракти на виконання робіт, чи про постачання товарів або надання послуг.

Установи Співтовариства вже зробили свій вибір на користь повноцінної та ефективної конкуренції у сфері державних закупівель, забезпечивши, таким чином, економічне зростання в Європейському Союзі. Усі суб'єкти економічних відносин зацікавлені в конкурентній боротьбі за державні замовлення, оскільки конкурентні закупівлі дозволяють урядам більш ефективно використовувати державні кошти, на ринку з'являється більше комерційних можливостей, а споживачі переконуються, що кошти, які надаються державним органам, використовуються економно, а послуги, що надаються, відрізняються високою якістю.

На додаток до вищезгаданих загальних принципів, викладених у відповідних статтях Договору про заснування Європейського Співтовариства, було прийнято ряд директив. Ці директиви гармонізують правила, які регулюють укладання контрактів, вимагаючи проведення відповідної рекламної кампанії та прозорості, визначаючи порядок надання переваги тим чи іншим процедурам укладання контрактів та загальні правила щодо технічних характеристик відбору та надання контрактів.

Деякі статті Договору про заснування ЄС визначають головні принципи, які можуть застосовуватись до правил державних закупівель, хоча це й не є їх головною метою:

- ст. 12 — заборона будь-якої дискримінації на основі національної приналежності;
- ст. 28—31 — принцип вільного руху товарів;
- ст. 43—48 — принцип права на заснування та економічну діяльність;
- ст. 49—55 — принцип свободи надання послуг.

Прецеденте право Європейського Суду — принцип рівного ставлення до учасників тендеру.

Усі разом ці правила формують масив законодавства Співтовариства про державні закупівлі, яке засновується на:

- правилах, що забезпечують прозорість створення конкурентного середовища для державних контрактів без надання переваг відкритим або обмеженим тендерним процедурам та розробку чітких критеріїв відбору тендерів;
- ефективному та оперативному перегляді рішень, які приймаються суб'єктами, що укладають контракти із порушенням законодавства про державні закупівлі Співтовариства.

ЄС створило цілу систему директив щодо забезпечення прозорості та конкуренції в сфері державних закупівель. Серед них основними є наступні [3; 4; 5]:

* доцент кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

- **Директива Комісії 2001/78/ЄС** від 13 вересня 2001 р., що вносить зміни до Додатку IV Директиви Ради 93/36/ЄЕС, Додатків IV, V та VI Директиви Ради 93/37/ЄЕС, Додатків III та IV Директиви 92/50/ЄЕС, із змінами та поправками, внесеними Директивою 97/52/ЄС, та Додатками XII—XV, XVII та XVIII Директиви Ради 93/38/ЄЕС, із змінами та поправками, внесеними Директивою 98/4/ЄС (*Директива про використання стандартних форм публікації повідомлень про державні контракти*);

- **Директива Ради 71/304/ЄЕС** від 26 липня 1971 р. щодо скасування обмежень на свободу надання послуг стосовно виконання державних контрактів на виконання робіт та укладання державних контрактів на виконання робіт із підрядниками, які діють через агентства або філії;

- **Рішення Комісії 87/305** від 26 травня 1987 р. про заснування консультативного комітету по відкриттю державних закупівель;

- **Директива Ради 89/665/ЄЕС** від 21 грудня 1989 р. щодо координації законів, підзаконних та адміністративних актів стосовно застосування процедур нагляду за наданням права на виконання державних поставок та контрактів на громадські роботи [1];

- **Директива Ради 92/13/ЄЕС** від 25 лютого 1992 р. щодо координації законів, підзаконних та адміністративних актів, що стосуються правил Співтовариства щодо закупівельних процедур у сфері водопостачання, енергопостачання, транспорту та телекомунікацій [2];

- **Директива Ради 92/50/ЄЕС** від 18 червня 1992 р. стосовно координації процедур надання права на виконання державних контрактів та надання послуг;

- **Директива Ради 93/36/ЄЕС** від 14 червня 1993 р., яка координує процедури надання права на виконання державних контрактів щодо поставок;

- **Директива Ради 93/37/ЄЕС** від 14 червня 1993 р. стосовно координації процедур надання права на виконання контрактів на громадські роботи;

- **Директива Ради 93/38/ЄЕС** від 14 червня 1993 р. стосовно координації закупівельних процедур у сфері водопостачання, енергопостачання, транспорту та телекомунікацій;

- **Рекомендація Комісії 96/527/ЄС** від 30 липня 1996 р. щодо використання спільного словника закупівель при описі предмета державних контрактів;

- **Регламент Ради (ЄС) 1836/95** від 24 липня 1995 р. стосовно доповнення додатку до Регламенту 1461/93 стосовно доступу до тендерів на громадські контракти компаній із США;

- **Рішення Ради 95/21/ЄС** від 29 травня 1995 р. стосовно укладання угоди у вигляді обміну листами між ЄС та США щодо державних закупівель;

- **Директива 98/4 Європейського Парламенту та Ради** від 16 лютого 1998 р., що доповнює Директиву 93/38/ЄЕС щодо координації процедури закупівель у сфері водопостачання, енергопостачання, транспорту та телекомунікацій.

Крім того, весь масив директив постійно переглядається на предмет оптимізації правової бази та її адаптації до електронного обігу з метою підвищення відповідності до існуючих правил, заохочення більшої кількості постачальників реагувати на тендерні повідомлення та збільшення взаємодії з іншими напрямками політики Співтовариства.

Література

1. http://vergabebrief.de/wp-content/uploads/2009/05/ri_89-665-ewg.pdf
2. http://vergabebrief.de/wp-content/uploads/2009/05/ri_92-13-ewg.pdf
3. http://www.etisys.com/fileadmin/user_upload/Poland_de.pdf
4. http://www.petrakellystiftung.de/fileadmin/user_upload/newsartikel/PDF_Dokus/Ruehle_Auftragsvergabe_EU.pdf
5. http://www.vergabebrief.de/wp-content/uploads/2009/05/Schlussfolgerungen_Rat_12_Dezember_2008.pdf

*Приятельчук О.А.**

СОЦІАЛЬНИЙ ВЕКТОР ДЕРЖАВНОГО ТА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ШВЕЦІЇ (З ПРИЗМИ КОНЦЕПЦІЇ КСВ)

З 2006 року в Швеції сформована коаліція з чотирьох провідних партій країни. Протягом вже досить довгого часу політичний курс країни є соціально орієнтованим, тобто відбувається досить вагомий вплив політичних сил на життя пересічних громадян країни. В свою чергу, увага громадськості до конкретних дій політиків також є високою (наприклад, явка виборців в країні є однією з найвищих у Європі (на рівні 80%), а зниження даних показників розцінюється як серйозні демографічні проблеми в країні).

Світова економічна криза також негативно відобразилась на економіці Швеції, в першу чергу через досить сильний зв'язок банківської системи країни та країни Балтії, які переживають досить сильне падіння за цілим рядом економічних показників. Зростає державний борг, бюджет 2009 року характеризувався значним дефіцитом.

Не зважаючи на будь-які негативні економічні тенденції, державний сектор в країні залишається досить активним в сфері суспільних ініціатив, в тому числі й корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Така активна позиція державного сектора повинна слугувати позитивним прикладом для приватних компаній і, тим самим, розширювати втілення концепції КСВ в Швеції. Уряд також є високо соціально орієнтованим суб'єктом. Одним з останніх кроків уряду Швеції в даній галузі було підвищення квоти «екологічних» автомобілів, які реалізуються за програмою державних закупівель та тих, які за схемою лізингу використовуються урядом країни, з 75 до 85%. Ради директорів державних компаній значну увагу та ресурси виділяють на вирішення таких питань, як етика бізнесу, охорона навколишнього середовища, гендерна недискримінація та рівноправність. Наразі розробляються чіткі вимоги та зобов'язання з боку уряду щодо звітності з даного роду питань. З 2008 року всі державні компанії зобов'язані подавати звітність щодо окремих аспектів концепції КСВ одночасно з фінансовою звітністю не лише в кінці звітного періоду, а й у вигляді проміжної звітності.

Швеція завжди займала провідні позиції в сфері КСВ, а економіка країни представлена моделлю соціально орієнтованої ринкової економіки. Представники Швеції часто виступають в ролі консультантів та експертів на різного роду форумах, семінарах та конференціях, а їх обізнаність в даній сфері носить характер національної гордості. Мова не йде про те, що всі компанії є повністю соціально відповідальними, просто досвід та досягнення окремих з них, наприклад НМ, Ікеа, АВВ і т.п. випереджають в даному аспекті більшість провідних компаній світу. Наразі основними питаннями, як і в Норвегії, для Швеції виступають захист прав людини та гідна поведінка шведських компаній за кордоном. Останнім часом питання економічної кризи та правил ведення бізнесу в цих умовах набули найбільшого розголосу. Природно, що етична, соціально орієнтована поведінка на ринку за даних умов з боку компаній, політичних сил, недержавних організацій та суспільства загалом є досить важливою. Дотримання принципів КСВ дозволяють досягти даної манери поведінки, тому тема КСВ все частіше стає предметом дискусій.

* доцент кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Освітньо-наукові організації також залучені до процесу поширення ідей КСВ в країні. До провідних організацій належить SEBERG – Дослідницька група з питань корпоративної соціальної відповідальності та етики бізнесу (The Corporate Social Responsibility and Business Ethics Research Group). SEBERG об'єднує ряд дослідників з факультетів бізнесу, історії економіки та інформаційних технологій Уппсальського університету. Діяльність даної групи відбувається в двох основних формах – об'єднуються науковці, які спеціалізуються в даній сфері, проводяться тематичні семінари, дискусії, зокрема для студентів даного університету; з іншого боку, робота даної групи проводиться у вигляді відкритого форуму для обміну знаннями та досвідом в даній галузі між науковцями, консультантами, практиками і т.п.

Постійно зростає увага суспільства до питань КСВ. Однак, пересічні громадяни не залучені до будь-яких ініціатив в рамках КСВ, навіть екологічних програм, як це часто практикується в інших країнах ЄС. Основні питання, які висвітлюють ЗМІ, – навколишнє середовище, методи винагороди топ-менеджменту, безпідставні звільнення і т.д. – користуються інтересом у читачів. Крім того, більшість університетів пропонують своїм слухачам спеціалізовані курси з КСВ, які досить популярні серед студентів Швеції. Загалом підхід до дослідження КСВ, в тому числі й ЗМІ, протягом останніх років став більш комплексним та ґрунтовним. Радіо Швеції та Телебачення Швеції (два державні канали) постійно демонструють всебічні ґрунтовні дослідження КСВ. Тижневик *Veckans affärer* щорічно проводить конкурс на Премію соціального капіталу (Socialist Capital Award). Інтернет-журнал (CSR i Praxtiken) популярний серед спеціалістів з КСВ завдяки ґрунтовному аналізу та висвітленню позитивної та конструктивної практики КСВ.

Сфера охорони навколишнього середовища традиційно є першочерговою для Швеції в загальній концепції КСВ. Питання клімату – головний аспект діяльності уряду Швеції в сфері навколишнього середовища. Протягом 2001-2011 років уряд планує інвестувати майже п'ять мільярдів крон на боротьбу з глобальними змінами клімату. Політика Швеції характеризується тісною взаємодією та координацією дій з міжнародним співтовариством в даній сфері, а також тісною кооперацією на національному рівні. Загалом модель Швеції в сфері вирішення екологічних проблем та побудови еко-відповідального суспільства є відносно ідеальною в сучасній Європі. Глобальні кліматичні зміни, забруднення балтійського моря, оптимальне використання енергоресурсів, транспорт – одні з багатьох нагальних тем, діяльність в яких є досить активною в Швеції.

Вражаючими є досягнення Швеції в сфері енергозбереження. Радикальний перехід від використання нафти до альтернативних поверхневих джерел енергії, в тому числі й біопалива, дозволило, починаючи з середини 1970-х років, скоротити викиди парникових газів майже на 40%; протягом останніх 20 років обсяг викидів скоротився ще на 10%. В той же час, ВВП Швеції зріс на 44%. Протягом цього періоду урядом країни було проінвестовано близько 420 мільйонів крон з метою підвищення енергоефективності. Подібні кроки реалізуються на рівні державної політики також в сфері охорони навколишнього середовища, лісогосподарства, сільського господарства, енергетики. За сприяння та фінансової підтримки уряду наразі реалізуються проекти в сфері дослідження кліматичних змін, пошуку альтернативних джерел енергії, вторинної переробки біопалива, використання енергії вітру, розробки програм стійкого розвитку міст.

Результати проведення подібної політики очевидні: за мінімальної участі населення, завдяки сприянню уряду та ініціативам бізнесу в Швеції створено прекрасні екологічні умови – доступ до чистої питної води в достатній мірі, недоторкана природа.

Іншим аспектом КСВ є захист прав людини та уникнення дискримінації в усіх її проявах. В даному ракурсі Швеція також займає провідні позиції в ЄС. Законодавством країни гарантовані всі права людини, відображені в Конвенції ООН по правам людини. Крім того,

проводиться подальша поглиблена робота щодо діяльності бізнес-структур в цій сфері. Зокрема, 2009 року за ініціативи Global Ansvar (члена міжнародної асоціації КСВ, а також функціонального урядового департаменту з питань КСВ) започатковано щорічний корпоративний звіт щодо досягнень компаній в сфері захисту прав людини – «Protect, Respect and Remedy: a Framework for Business and Human Rights».

Відповідно до Звіту щодо глобальної нерівності статей за 2008, в Швеції не існує проблеми гендерної дискримінації населення. В редакції Положення уряду щодо уникнення дискримінації від 2009 року ще більше посилені заходи боротьби з будь-якими проявами нерівності за статевою та віковою ознаками. Крім того, Міністерство промисловості здійснює постійне сприяння покращенню умов праці жінок на підприємствах та створення сприятливих умов задля започаткування жінками власного бізнесу.

Роль бізнесу в суспільстві та рівень його залучення до вирішення нагальних соціальних проблем є досить високими в Швеції. Традиційно, приватний та державний сектори економіки не досить тісно взаємодіють. Однак, останнім часом, задля досягнення синергійного ефекту, рівень даної співпраці поглиблюється. Розширюється й співпраця між компаніями та регіональними громадськими об'єднаннями; приватний сектор все більше залучений до сфери освіти, охорони здоров'я, що не є традиційним для «Шведської моделі» розвитку. Дослідження останньої показали, що на початку формування даної моделі суспільства місцеві компанії значно глибше були залучені до різних сфер суспільного життя: сфера дошкільного виховання, освіти, охорони здоров'я тощо.

Швеція є лідером і в сфері виробництва якісних товарів та послуг, попит на які серед місцевого населення щодалі зростає. Наприклад, органічну каву пропонують в усіх закладах харчування; вода споживається в сирому вигляді просто з крану; текстильна промисловість широко використовує у виробництві органічну бавовну; частка екологічно чистих автомобілів неупинно зростає.

Координуючою в сфері КСВ організацією в країні є «КСВ Швеція» – CSR Sweden. Мета діяльності організації – заохочення компаній до подальшого покращення діяльності в сфері КСВ шляхом вивчення та адаптації позитивного досвіду з КСВ. Основними формами діяльності організації є проведення зустрічей, заходів, конференцій та слухань з КСВ за принципами B2B – обмін досвідом, Think Tank – тісний діалог з дослідниками КСВ, Showroom – збір та розповсюдження інформації щодо діяльності членів організації в сфері КСВ, Dialogue – знайомство та тісна співпраця з будь-якими фізичними та юридичними особами, які проявляють навіть найменшу активність в сфері КСВ, Mainstreaming – поширення принципів КСВ в компаніях-членах даної організації. Наразі CSR Sweden об'єднує 19 національних компаній, які мають 25 дочірніх організацій в 22 країнах Європи.

Література

1. Country insight by CSR Europe's national partner organizations. October, 2009.
2. Catharina Kipp. Europa ska bli varldsledande i arbetet med CRS. April, 2010.
3. Офіційний сайт CRS Sweden. www.csrsweden.se

*Глухова Д.А.**

ВПРОВАДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙ В ЄВРОПІ

В епоху глобалізації економіки конкурентоспроможність регіонів залежить від їх можливостей максимального використання наявних знань, вмінь, а також їх творчих підходів до вирішення проблем. Однією з засад сталого розвитку економіки є постійне підвищення рівня знань, а також спроможності до створення і використання нових технічних і організаційних рішень (інновацій) на регіональному рівні. Владна еліта Європи почала усвідомлювати, що саме регіони є «двигуном» економічного розвитку, який базується на дослідженнях, техніці та інноваціях.

Базовим інструментом реалізації інноваційної політики стали так звані Регіональні Стратегії Інновацій (РСІ), метою яких є підвищення рівня використання знань і нових технологій, а також формування на цій основі конкурентних переваг регіону.

Проекти РСІ мобілізують розрізнені регіональні ресурси з метою досягнення синергетичного ефекту, який призводить до росту конкурентоспроможності регіону завдяки комплексним, спільно розробленим інструментам впливу. Перехід від навіть найкращих стратегічних документів до ефективних дій не є простим завданням. При знаходженні відповідних засобів фінансування необхідна наявність ефективних структур управління, а також об'єктивного моніторингу та оцінки впроваджуваних дій.

Регіональні інноваційні програми отримують підтримку з структурного фонду ЄС в рамках спеціальної програми Regional Programmes of Innovative Action. В рамках Європейського фонду регіонального розвитку фінансується також програма INTERREG III. Одним із компонентів цієї програми є компонент міжрегіональної співпраці INTERREG III C.

Методологія даної програми визначає досягнення окремих цілей шляхом формування регіонального консенсусу – створювана стратегія є результатом співпраці між приватним сектором, сферою науки і техніки, а також регіональною владою. Приватний сектор – це в основному малі і середні підприємства, інтереси яких представляють регіональні асоціативні структури. Інтеграційним елементом співпраці є формування інноваційної культури в регіоні та підтримка інноваційної діяльності активними елементами суспільного життя в регіоні.

Стартовим пунктом розробки стратегії є аналіз потреб і пропозицій нових технологій в регіоні (аналіз і оцінка інноваційного потенціалу). Цей аналіз поширюється на всі установи, які проводять дослідження і розвивають нові технології, а також до підприємств, як потенціальних користувачів результатів науково-технічної думки. Метою аналізу є: визначення секторів економіки, спроможних до впровадження нових технологій і підвищення інноваційного рівня регіону, так званих секторів «високих шансів». Складовим елементом даної мети є оцінка стану інфраструктури (використовуваних інструментів, організацій підтримки бізнесу, адміністрування), яка безпосередньо пов'язана з розширенням дифузії знань з сектора досліджень до економіки.

* асистент кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Визначення стратегії та пілотних проектів. Стратегія повинна давати відповіді на основні питання і проблеми, пов'язані з формуванням інноваційних засад підвищення конкурентоспроможності регіону. Визначені напрямки розвитку стають основою дій регіональних активних сил, а перш за все влади, яка завдяки формуванню пілотних проектів може здійснювати пошук фінансових засобів для їх реалізації.

Стратегія, відповідно до даної методології, підтримує кооперацію між приватним сектором, особливо з малим і середнім підприємництвом, та суспільним сектором досліджень і розвитку техніки, включаючи авторитетних осіб даного регіону.

Проект, метою якого є розробка Регіональної Стратегії Інновацій (РСІ), повинен складатись з трьох етапів реалізації:

Етап 0 – етап визначення;

Етап 1 – етап реалізації;

Етап 2 – етап оцінки, контролю та аналізу результативності прийнятих рішень.

За даною методологією на реалізацію проекту відводиться 32 місяці. Час реалізації проекту може бути довший або коротший в залежності від кількості запланованих заходів до реалізації та фінансових засобів на розробку РСІ.

Етап 0.

Етап 0 повинен тривати біля 12 місяців і включати:

- визначення структури управління проектом;
- вибір місцевих та зарубіжних експертів для участі в етапі реалізації;
- підвищення суспільних знань у інноваційній сфері;
- створення регіонального консенсусу у формулюванні головної мети реалізації проекту та розробці регіональної стратегії інновацій;
- формалізація методології проекту;
- досягнення згоди всіх сторін щодо цілей проекту, його методології і програми робіт.

Етап 1.

Етап 1 повинен тривати біля 12 місяців і включати:

- реалізацію дій, визначених на етапі 0;
- аналіз потреб регіональних підприємств у тематиці проекту;
- аналіз регіонального потенціалу через оцінку пропозицій нових технологій та інновацій від регіональних науково-дослідних інституцій, оцінку дослідницької та ринкової інфраструктури;
- розробку базових засад стратегії і плану дій;
- SWOT-аналіз регіону, який містить аналіз секторів, які будуть найбільш динамічно розвиватись.

Аналіз потреб повинен містити наступні елементи:

- опис регіональної економіки з особливим акцентом на інновації;
- аналіз економічних і технологічних тенденцій розвитку основних промислових секторів в регіоні;
- SWOT-аналіз регіональних підприємств з детальним описом сильних сторін і можливостей розвитку;
- виявлення наявних мереж співпраці;
- вияв позитивних і негативних рис регіональної економіки, що буде основою для визначення дій.

Етап 2

На 2-му етапі повинні залишитись висновки з проведеного аналізу, розроблена і впроваджена стратегія у виді конкретних дій. Широкий регіональний консенсус повинен бути забезпечений також і на цьому етапі. Етап 2 повинен тривати біля 8 місяців і містити:

- визначення, реалізацію, а також тестування конкретних дій, передбачених стратегією;
- встановлення системи моніторингу для контролю і оцінки реалізованих дій.

На основі результатів аналізу слід розробити рамкову стратегію, а також конкретні дії з метою інноваційного розвитку регіону. Стратегія має дати конкретні відповіді на питання, як задовольнити ідентифіковані в рамках проекту потреби місцевих підприємств шляхом використання наявного в регіоні системи підтримки інновацій. Деякі з цих дій повинні відповідати на конкретні короткотермінові потреби підприємств, інші повинні підтримувати створення і реалізацію далекоглядного бачення майбутнього в стратегічні плани розвитку регіону.

З метою формування відповідного клімату, який сприяє створенню стратегії інновацій і розвитку конкурентоспроможності повинні бути використані всі можливі носії інформації, особливо регіональні. Це є дуже істотним елементом формування суспільної підтримки для інновацій дій в регіоні і досягнення консенсусу. Не можна завершувати інформаційну акцію, якщо окремі етапи дають результати, які стають стимулом дальшого розвитку стратегічних дій в сфері інновацій. Необхідне є безпосередній і швидкий доступ до інформації. Для цього часто використовують спеціальні сторінки в Інтернет.

Література

1. Звіт про діяльність Співки економістів України за 2007 рік. – К., 2008.
2. Перспективи становлення конкурентоспроможної регіональної економіки. Матеріали шостого Пленуму Співки економістів України та Міжнародної конференції. – К., 2007.
3. Конкурентоспроможність економіки України: Стан і перспективи підвищення, ред. І.В. Крючкової, К.: Основа, 2007.
4. Соколенко С.І., Кластери в глобальній економіці. – К.: Логос, 2004.
5. Eurochambers, Assemblée des Chambres Françaises et d'Industrie (Printemps, 2007).
6. Гуменюк О.І. Кластери як організаційна структура інноваційно-інвестиційної моделі розвитку промисловості // Актуальні проблеми економіки. – 2007. - №2. – с. 9 – 19.

Карп В.С.*

ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ ПОСЛУГ

В статті проаналізовано сучасні аспекти еволюції маркетингу сфери послуг, який відбувається в умовах розвитку ринку України; досліджено головні проблеми формування маркетингової стратегії на підприємствах сфери послуг; запропоновано необхідні маркетингові кроки щодо вирішення проблеми ефективного просування послуг на українському ринку.

In the article it is analyzed actual aspects of marketing evolution in service sphere that taking place in terms of Ukrainian market developing; it is examined main problems of marketing strategy formation at service plants; it is proposed some steps to resolve problems as for effective promotion of services at the Ukrainian market.

При проведенні аналізу світової ринкової практики, слід визначити, що маркетинг послуг є особливим аспектом ефективного стратегічного здійснення комерційної діяльності в сфері торгівлі нематеріальними активами. Розуміння принципово різних підходів до організації маркетингу в сфері надання послуг порівняно з товарною торгівлею є першим глибинним кроком на шляху коректного формування ринку послуг як особливого сегменту економіки будь-якого рівня. Становлення маркетингу послуг в умовах розвитку української економіки відбувається прискореними темпами. Цей процес здебільшого не відрізняється від світових тенденцій у цьому напрямі, хоча і зазнає певного корегування, зумовленого національними особливостями ведення бізнесу у даній сфері.

Необхідно зауважити, що проблема розвитку маркетингу у сфері послуг є актуальним питанням на українському ринку, спрямованим на подолання значної кількості існуючих недоліків в цій галузі, таких як:

- Відсутність спланованих маркетингових стратегій продажу;
- Недостатнє проведення аналітичних досліджень у сфері пропозицій послуг;
- Перевага внутрішньої реклами, при відсутності реклами зовнішніх агенцій, що впливає негативно на потенційних споживачів, обмежуючи їх усвідомлення в необхідності послуги;
- Нерозвинуті програми навчання в сфері продажу;
- Відсутність спеціального фахового відділу в підприємствах цієї галузі;
- Мала бюджетна підтримка підприємством власної маркетингової діяльності.
- Відсутність розуміння необхідності використання консалтингових послуг;

Головною передумовою розвитку на сучасному етапі маркетингу сфери послуг в Україні є його відокремлення із загального маркетингу, який використовується при просуванні на ринку товарів. В актуальних умовах динамічного розвитку сфери обслуговування українські сервісні компанії все гостріше відчувають необхідність у ефективних маркетингових інструментах. Стає зрозумілим, що обов'язковим підґрунтям для успішної кон-

* асистент кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

курентції в такій ситуації стає розробка грамотної стратегії саме маркетингу послуг та її ефективна реалізація – тобто завдання, у вирішенні яких підприємства сфери послуг України до цих пір помітно відставали.

При розробленні стратегії в сфері послуг за умови розвитку ринку є необхідним дотримуватися певних правил маркетингу:

- Концепція маркетингової стратегії має охоплювати всі етапи ринкового життя послуги – від виникнення ідеї про нову послугу або з моменту появи потреби в новій послугі до повного її задоволення.

- Має бути забезпечена гнучкість при наданні послуги – під час здійснення прямих контактів із клієнтами, послуги необхідно пристосувати до потреб і бажань клієнтів.

- Приймаючи до уваги, що людський фактор у сфері послуг є фактором диференціації однієї послуги від іншої, при наданні послуги необхідним стає використання тільки висококваліфікованого персоналу.

- Першочергове прямування маркетингового впливу має йти на існуючих клієнтів.

- Проблеми, що виникають, мають бути вирішені негайно, адже часовий аспект є одним з найважливіших у цій сфері.

- Розробляти, залучати та використовувати передові технології, підвищуючи якість послуги і сприяючи зниженню ціни, одночасно зберігаючи при цьому можливість індивідуалізації послуги по відношенню до унікальних потреб споживачів.

- Розробляти, затверджувати та просувати на ринку власну торгову марку або торговий знак, з метою персоніфікації та ідентифікації своїх послуг від послуг конкурентів.

Українські сервісні підприємства знаходяться в повному розумінні того факту, що в цілому проблеми маркетингу послуг значно відрізняються від проблем маркетингу товарів. В першу чергу, це пов'язано зі специфічними характеристиками послуг, серед яких виділяють чотири унікальні особливості, які відрізняють послуги від товарів (так звані «чотири Н послуг»): Нематеріальність (Невідчутність), Невіддільність від джерела, Неоднорідність (Непостійність) якості та Незбереженість. Процес розвитку маркетингової орієнтації українських підприємств сфери послуг має враховувати зазначені фактори з відповідною кореляцією на поточні потреби ринку:

- **Невідчутність (Нематеріальність).** Переважно, послуги є абстрактними й нематеріальним за своєю суттю. До моменту їх отримання послуги невідчутні, їх неможливо демонструвати, спробувати, транспортувати, зберігати, пакувати або вивчити до моменту покупки. Основні маркетингові дії українських підприємств в цій сфері мають бути спрямовані на необхідність зробити послуги більш відчутними, показати переваги користування послугами, збільшити довіру клієнта.

- **Невіддільність від джерела.** В більшості випадків споживач не може відділити послугу від того, хто її надає, або від умов, в яких вона здійснюється. Послуга невід'ємна від свого джерела. Контакт із споживачами здебільшого розглядається як невіддільна частина надання послуги. Споживач певним чином бере безпосередню участь у виробництві послуги, тому централізоване масове виробництво послуг достатньо складно здійснити. Характерність послуг в тому, що в цілому вони виробляються в той самий час, коли здійснюється їх «споживання». Це визначає обмеженість надання послуг у часі, тому велика увага сервісних підприємств України має бути приділена не тільки фактору якості наданих послуг але і фактору їх своєчасного надання, що в даних умовах часу викликає значну кількість зауважень з боку споживачів України.

- **Неоднорідність (Непостійність якості).** Послуги, що надаються на ринку України є дуже диференційованими за своїми властивостями і характерними ознаками. В залежності від постачальників, часу і місця надання послуг їх якість відчутно коливається в певних межах. Оскільки послуги тісно пов'язані з персоналом, що їх забезпечує, можна

говорити про широкий діапазон якості. Постачальники послуг в Україні значно відрізняються за ставленням до виконання своїх повсякденних обов'язків, адже для українських підприємств все ще дуже важко поєднати стандартизацію та якість послуг, що не достатньо контрольована діючими правовими нормами. Українські спеціалісти з маркетингу часто вирішують проблеми надання стандартизованих послуг при достатньому рівні якості та одночасно професійними відносинами з клієнтами. Головним чином вирішення цього питання зводиться до надання більш персоніфікованих послуг. Проблема непостійності якості послуг в Україні значно складніша, ніж фізичних продуктів. З цією метою на українських сервісних компаніях необхідно здійснювати заходи щодо залучення нових спеціалістів або навчання і підвищення кваліфікації існуючих та обов'язковий контроль за ступенем задоволення клієнтів.

- **Незбереженість.** Послуги неможливо зберегти з «метою подальшої реалізації». Це пов'язано з тим, що виробництво і споживання часто здійснюються одночасно.

В умовах постійного попиту (незалежно від періоду часу) необхідність регулювання споживання відпадає. Зовсім інша ситуація спостерігається в так званих «пікових» інтервалах, які викликані актуальним станом ринку. Якщо звернутися до досвіду іноземних маркетологів, вони в цих умовах використовують один із стратегічних підходів для збалансування попиту і пропозиції послуг, що було сформульовано американським дослідником маркетингу Стеном Сессером:

В напрямку попиту:

- встановлення диференційованих цін у часі;
- культивування попиту в період спаду;
- пропозиція додаткових послуг як альтернативи для клієнтів, що стоять в черзі в час максимального попиту;
- запровадження системи попереднього замовлення.

В напрямку пропозиції:

- залучення додаткової кількості виконавців під час максимального попиту;
- встановлення особливого порядку роботи в час «пікового» завантаження;
- заохочення клієнтів до виконання деяких робіт;
- об'єднання потенціалу кількох організацій з метою надання послуг;
- здійснення заходів для підвищення рівня використання існуючих потужностей і створення нових.

Таким чином, складність при формуванні маркетингової стратегії в українських компаніях, що в своїй комерційній діяльності орієнтуються в першу чергу на надання послуги, полягає у значній різниці в підходах до аналізу товару та послуги як об'єкту економічних відносин, що виникають між учасниками ринку.

Необхідно враховувати, що відмінність між товарами і послугами полягає в тому, що кінцеві споживачі, як правило, тільки користуються отриманою послугою, не отримуючи при цьому прав власності на певний матеріальний компонент послуги (виключенням є послуги сфери громадського харчування та встановлення запасних деталей при ремонті та технічному обслуговуванні матеріальних об'єктів). В більшості випадків сервісні компанії забезпечують споживачів можливістю орендувати та використати матеріальний об'єкт або використати на певний час роботу, спеціальні знання та здібності представників різних професій.

Специфічна характеристика послуг в першу чергу впливає на те, як маркетологи українських підприємств підходять до проблеми ціноутворення. Якщо компанія здає в оренду свої нематеріальні активи, набуває особливого значення фактор часу та відповідні критерії оцінювання оптимальної ціни, адже споживач планує користуватися наданими

послугами лише певний час, тому його підходи до вибору об'єкту такого тимчасового характеру відрізняються від тих, якими він користується при обранні предмету купівлі.

Отже, однією з особливостей розвитку українського маркетингу послуг на сучасному етапі є його широке орієнтування на супутні характеристики об'єкту просування, такі як час і місце надання послуги, адже переваги процесу обслуговування перед товарною торгівлею полягають в одночасному виробництві і споживанні.

Окрім зазначених дій в українських умовах розвитку маркетингу послуг часто використовується відома маркетингова концепція чотирьох «Р» (Product, Place, Price, Promotion). Маркетингова стратегія в сфері послуг будується на основі цієї концепції з урахуванням специфічних характеристик послуг та з вказаними вище аспектами чотирьох «Н», з якими необхідно чітко пов'язувати елементи маркетинг-міх або чотирьох «Р»:

- **Продукт-послуга** або послуга і продукт, які пропонуються. Цьому елементові маркетинг-міх властиві три особливих аспекти, які потребують уваги. Це унікальність (винятковість), торгова марка, або торговий знак, та управління потенціалом.

- **Унікальність (винятковість)** є основною особливістю послуг, пов'язаною з тим, що вони не можуть патентуватися. Виробник не може скористатися винятковим правом на виробництво новоствореного його працею продукту у вигляді послуги на певний проміжок часу.

- **Торгова марка.** У зв'язку з невідчутністю (нематеріальністю) послуг торгова марка, або торговий знак організації набувають особливого значення. Оскільки досить складно описати, що надається виробником як результат його праці, ці елементи сприяють швидкому розпізнаванню послуги на основі певного знаку марки.

- **Управління потенціалом.** Невіддільність послуги від місця її виробництва, яке пов'язане з присутністю клієнта на місці надання й отримання послуги, потребує управління попитом або потенціалом організації.

В умовах розвитку сучасного українського маркетингу послуг, в напрямі орієнтування на кінцевого споживача українським компаніям слід спиратися на перевагу послуг, її нематеріальність, яка на відміну від чистого товару, робить неможливим визначення послуги за допомогою фізичних характеристик. Споживачам стає досить важко зрозуміти продукт праці сфери послуг або саму послугу чи продукти послуги й оцінити можливі альтернативи задоволення своїх потреб, тому фахівці українських сервісних підприємств мають виконувати функцію інформативно-роз'яснювального центру, який обґрунтує вибір споживачу його вибір тієї чи іншої послуги. Щоб зробити послугу більш зрозумілою, необхідно розкрити всі аспекти матеріальності відповідно до потреб, які задовольняються завдяки послугам, так і ті, що мають відношення до іміджу відповідної послуги.

Досвід іноземних ринків вказує на те, що для того, щоб прийняти оптимальні рішення в сфері продуктової політики, позиціонування, маркування і розвитку нової послуги необхідно акцентувати особливу увагу на якість послуги, на її комплексність та плінність. В українських умовах найважливішим аспектом має залишатися розвиток продуктивної політики послуг в аспекті покращення їх якості, проте з одночасним врахуванням інших критеріїв просування послуги на ринку.

Частіше за все споживачі користуються послугами, про які наперед мали певні уявлення. Маркетингова політика українського підприємства має формувати поведінку як виробника так і продавця послуг, що має бути узгоджена та максимально близько співпадати з очікуванням і сприйняттям клієнта відповідно до рівня його досвіду щодо споживання послуг.

Маркетинг послуг, який створюється в умовах розвитку ринку, зокрема в Україні, спрямовується на головні п'ять елементів, що впливають на сприйняття якості послуг з позицій споживача, а саме:

- ~ надійність по відношенню до послуги та її виробника;
- ~ наявність матеріальних основ - організація, обладнання, персонал;
- ~ готовність, бажання і швидкість надання послуги;
- ~ довіра і впевненість по відношенню до наданих послуг;
- ~ симпатії персоналу, індивідуальне ставлення до споживачів.

Важливими аспектами української маркетингової політики в сфері послуг є комплексність і плинність. Комплексність складається з кількості необхідних кроків у наданні послуг, а плинність визначається необхідними рішеннями щодо надання послуги або можливостю індивідуалізації (персоніфікації) послуги.

При розробленні цінової політики в сфері послуг залежно від присутності однієї або більше «Н»- характеристик у відповідному продукті послуги необхідно використовувати більшість цінових трюків, враховуючи необхідність просування послуги на українському ринку, що розвивається. Але в будь-якому випадку необхідно враховувати перш за все психологічну роль цін, адже у сфері послуг ціна виконує всі властиві їй функції, але перш за все, вона виконує особливу психологічну роль, прямо пов'язану із сприйняттям та розумінням якості послуги з боку споживача.

Особливим аспектом уваги фахівців українського ринку послуг є розробка стратегії просування – програми комунікації, що пов'язана з маркетингом послуг. Значення просування є дуже важливим для більшості послуг, і полягає в тому, щоб насамперед вказати на вигоди від користування певною послугою, тобто спрямувати вибір споживача у необхідну сторону. Послуги, як товарний об'єкт дуже важко рекламувати, особливо на не досить розвиненому ринку, тому що реклама практично неможлива з точки зору задоволення потреб. Тому головним завданням маркетингу стає надання певних матеріальних характеристик, які допоможуть українським споживачам детальніше зрозуміти та оцінити послуги, що їм пропонуються на внутрішньому ринку.

Важливим фактором, що має бути врахований українськими сервісними підприємствами при виробленні маркетингової стратегії послуг у зв'язку з невіддільністю послуги від її виробника, є стратегія дистрибуції, що ефективно пов'язує функції розподілу і реалізації з метою доступності послуг організації. В Україні для цього необхідно окремо розглядати і брати до уваги такі важливі фактори як цільова клієнтська аудиторія, поведінка споживача при купівлі послуги, врахування мотивації споживання послуги, звичка отримувати послуги відповідного рівня, середовище, розмір ринку, купівельні спроможності. Особливим моментом українського ринку є врахування урядових дій та контролю, пов'язаного з маркетинговою діяльністю організації у сфері послуг й практикою конкурентів.

Таким чином слід зауважити, що розвиток в Україні маркетингу в сфері послуг має базуватися на гнучкому поєднанні ефективних маркетингових інструментів і забезпеченні коректної відповідності між внутрішніми і зовнішніми можливостями компанії та зовнішнім ринковим середовищем. Основною проблемою маркетингового процесу української сфери послуг є усвідомлення того факту, що інструменти та методи маркетингу є достатньо контрольованими в рамках підприємства, водночас маркетингові сили зовнішнього середовища більшою мірою є неконтрольованими. Отже, успіх маркетингової діяльності сфери послуг в умовах розвитку українського ринку значно залежатиме від відповідності та співпадіння елементів зовнішнього середовища і внутрішніх можливостей організації.

Література

1. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Черенков В.И.. Международный маркетинг. – 2-е изд. – СПб.: ПИТЕР, 2008. – 688 с.

2. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг. – 2-е изд. – М.: Альпина бизнес бук, 2005. – 224 с.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг. — К.: Лібра, 2004. — 712 с.
4. Лавлок К. Маркетинг услуг. – 4-е изд. – М.: ИД Вильямс, 2005. – 997 с.
5. Ламбен Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. 2-е изд. – С-Пб.: ПИТЕР - 2008 г., - 718 стр.
6. Мальченко В. Маркетинг послуг. – К.:Знання, 2006. – 176 с.
7. Пащук О. Маркетинг послуг: стратегічний підхід: Навчальний посібник. – К.: ВД Професіонал, 2005. – 558 с.
8. Разумовская А., Янченко В. Маркетинг услуг. – М.: Вершина, 2006. – 476 с.
9. Трейси М., Вирсема Ф. Маркетинг ведущих компаний. - М.: Вильямс, 2007 . - 292 стр.
10. Щербань В.М. Маркетинговий менеджмент. – К.: ЦНЛ, 2006. – 222 стр.
11. Ткаченко Л. В. Маркетинг послуг. – К.: Цент Навчальної Літератури, 2003. - 192 с.
12. Фатхудинов Р.А. Стратегический маркетинг. Учебник для вузов. – 4-е изд. - М.: «Интел-Синтез», 2005. –352 с.

*Бондар Є.М.**

СПІВВІДНОШЕННЯ ЛІКВІДНОСТІ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

Ліквідність і платоспроможність – це два ключові моменти банківської діяльності, які постійно необхідно враховувати банкам при веденні свого бізнесу. Для того, щоб вчасно розраховуватися за зобов'язаннями, банку завжди необхідно мати достатню кількість грошей або спроможність швидко їх залучати за розумною ціною. Занадто велика кількість «непрацюючих» активів не приносить доходу, є фактором втрати платоспроможності, що кількісно відбивається у виникненні збитків і втраті капіталу.

З іншого боку, прагнення банку зміцнити свою платоспроможність, збільшити капітал за рахунок високодохідних операцій з максимальним використанням своїх ресурсів може призвести до втрати ліквідності внаслідок невідповідності термінів погашення своїх зобов'язань і невиконання контрагентами своїх зобов'язань перед банком або зміни валютних курсів. Відновлення ліквідності вимагає негайного отримання грошових коштів. Це можна зробити за рахунок отримання міжбанківських кредитів, залучення коштів на депозити, продажу активів. Необхідність цих дій тягне за собою поступку у відсоткових ставках і ціні продажу активів, що негативно позначається на прибутку і капіталі, тобто на платоспроможності. У зв'язку з цим в багатьох країнах діє режим рефінансування банків Центральним банком у рамках «облікового вікна», що дозволяє платоспроможним банкам отримати необхідні грошові кошти за наявності необхідного забезпечення.

Забезпечення платоспроможності банку за відсутності втрати ліквідності становить головний напрям банківської діяльності з управління ризиками. Відмітимо, що проблемні банки, як правило, стають неплатоспроможними задовго до того, як перетворюються на неліквідні.

Співвідношення ліквідності і платоспроможності є одним з ключових в розумінні процесів, що відбуваються, як на макро-, так і мікроекономічному розвитку. Віддання переваги надмірній ліквідності інвестуванню є перешкодою економічному зростанню. І це цілком природно, оскільки ризик в економіці або знижує граничну ефективність капіталу, або сприяє зростанню переваги ліквідності. У цих умовах майже неминуче, що норма відсотка, якщо її не стримувати усіма засобами, наявними у розпорядженні держави, може значно вирости і перешкоджати інвестуванню в економіку. Представляється досить очевидним пошуки механізму, який допускав би високу граничну ефективність капіталу і тримав би одночасно на низькому рівні норму відсотка, використовуючи для цього усі можливі заходи, включаючи законодавчий.

Низька норма відсотка збільшує шанси на поміщення заощаджень в нові інвестиції, а не в боргові зобов'язання і встановлення максимального відсотка залишає занадто мало можливості для винагороди за законний і суспільно корисний ризик.

Платоспроможність банку – це його здатність здійснювати свою основну діяльність впродовж невизначено великого проміжку часу, виконуючи усі свої зобов'язання. Ліквід-

* здобувач кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Мазуренко В.П.

ність банку – це його здатність своєчасно виконувати усі свої зобов'язання, що пред'являються йому для виконання в певний період часу.

Поняття платоспроможності і ліквідності хоча і не тотожні, але на практиці тісно взаємозв'язані. Ліквідність – більш просте поняття у порівнянні з платоспроможністю. Говорячи про ліквідність, заздалегідь обмежується період часу (день, тиждень, квартал, рік), залишаючи за рамками уваги усе, що відбувається поза цим періодом. Ліквідність є як би проявом (іноді оманливим) платоспроможності на даний період.

Недолік ліквідності активів як засобів розміщення коштів банку порівнюється з найкращою наявною статистичною оцінкою передбачуваних прибутків на них з урахуванням ризику. Премія за ліквідність частково нагадує премію за ризик, але в чомусь відрізняється від неї. При розрахунку норми відсотка необхідно враховувати різницю в ліквідності для різних активів від різниці в ступені власне ризику.

Очевидно, що не існує ніякої абсолютної норми «ліквідності». Існує тільки шкала ліквідності, під якою слід розуміти розмір премії, що змінюється, яка повинна враховуватися у доповнення до доходу від використання активів і витрат їх утримання при обчисленні порівняльних переваг отримання різних форм прибутків. Уявлення про ліквідність змінюються на протязі часу і залежать від суспільної практики і інститутів.

Тому зв'язок між ліквідністю і платоспроможністю – це зв'язок між близьким і віддаленим майбутнім банку.

Банк вважається неплатоспроможним, якщо є достатні підстави припускати, що у доступному для огляду майбутньому настане момент, починаючи з якого банк не зможе виконувати свої зобов'язання, що спричинить неможливість продовження його основної діяльності в колишніх умовах. Банк вважається неліквідним в певному періоді часу, якщо в цьому періоді він не зможе своєчасно виконати усі свої зобов'язання, що пред'являються йому для виконання.

Кількісна міра ліквідності банку визначається співвідношенням його ліквідних активів і зобов'язань, що пред'являються для виконання в даний період часу. Кількісна міра платоспроможності банку визначається співвідношенням усіх його активів і усіх його зобов'язань.

На практиці ліквідність банку оцінюється на основі коефіцієнта ліквідності, а платоспроможність – на основі коефіцієнтів достатності капіталу.

Ризик ліквідності – це можливість того, що в деякому періоді часу банк виявиться неліквідним. Тобто банк не зможе своєчасно виконати усі пред'явлені йому в цьому періоді часу зобов'язання. Ризик платоспроможності – це можливість того, що банк стане неплатоспроможним. Тобто з'являться достатні підстави вважати, що в у доступному для огляду майбутньому банк не зможе виконувати свої зобов'язання, що спричинить неможливість продовження його діяльності в колишніх умовах. Ризики ліквідності і платоспроможності є приватними банківськими ризиками.

Ліквідність і платоспроможність – це взаємозв'язані, але не співпадаючі поняття.

Димчук А.*

ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВО В ТУРИЗМІ: ПРАКТИКА ТА ДОСВІД

Серед сучасних тенденцій розвитку світового господарства загалом і туристичної індустрії як його складової, особливої уваги заслуговують два процеси: глобалізації та регіоналізації. Глобалізація є новим етапом розвитку світу, який характеризується різким прискоренням темпів інтернаціоналізації усіх сфер суспільного життя [1, 327]. За цих умов значна увага має приділятися пошуку існуючих резервів підвищення ефективності діяльності окремих суб'єктів, регіонів і держави в цілому, а також розробці комплексу заходів щодо їх активного використання. Велике значення в цьому напрямі має активна політика держави щодо підтримки туристичної сфери, її розбудови і розвитку за рахунок налагодження партнерських відносин з приватним сектором економіки, метою яких є розвиток туристичної інфраструктури, створення умов для підвищення привабливості регіонів для іноземних і внутрішніх туристів, підвищення якості туристичних послуг, забезпечення їх комплексності.

На сьогодні існує підвищена потреба у формуванні й налагодженні партнерства як на державному рівні – між приватним і державним секторами, так і на міжнародному - єврорегіонального співробітництва. Перша зумовлена необхідністю здійснення їх узгодженої взаємної роботи, що спрямована на створення туристичного продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій, їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурної спадщини. Друга потреба виникла у зв'язку з масштабним розширенням ЄС на схід і формуванням нового кордону між ЄС та Україною. Так, в цьому контексті змінюється і формат співпраці як держав, так і прикордонних регіонів. Зміна характеру економічних, політичних відносин внаслідок якісних і кількісних змін в структурі ЄС має безпосередній вплив на формування нової системи відносин між регіонами, зокрема прикордонними регіонами України та регіонами країн – нових членів ЄС. У цьому сенсі роль і значення прикордонних територій та регіонів набуває ключового значення [2, 41]. Насамперед, важливим є транскордонне співробітництво (ТКС) як один із інструментів ефективного єврорегіонального співробітництва.

Особливої уваги заслуговує активізація ТКС західних прикордонних регіонів України із східними прикордонними регіонами ЄС держав Центральної Європи. Саме тут важливим напрямком розвитку ТКС є сфера туризму, розвиток якої пов'язаний із добре збереженим природним середовищем та культурною спадщиною, що особливо характерно для Карпатського регіону. Крім того, розвитку ТКС спонукала ще й закріплення позицій національними суб'єктами туристичної діяльності на внутрішньому ринку та бажання виходу на закордонні, що вимагало від них пошуку нових інноваційних форм організації та співпраці, що забезпечать конкурентоспроможність вітчизняних туристичних послуг. Тому логічно, що однією із таких форм стало ТКС.

* аспірантка Київського національного торговельно-економічного університету
Науковий керівник: доц. Уманців Ю.М.

Головними партнерами в ТКС у галузі туризму повинні виступати: місцева громада і бізнесові структури, органи місцевої влади і недержавні організації. Проте в ситуації бездіяльності або неефективної діяльності органів влади ініціативу на себе беруть недержавні (громадські) організації та бізнесові структури. Вдалим прикладом такої ініціативи до співпраці та налагодження контактів в транскордонному регіоні може виступити Чернівецька область, а саме співпраця Буковинського центру реконструкції і розвитку (БЦРР), Хотинської районної громадської організації «Центр Євроінтеграції» (громадські недержавні організації), Хотинської міської ради, відділу туризму Чернівецької державної адміністрації, Державного історико-архітектурного заповідника «Хотинська Фортеця» і Торгово-промислової палати Сучавського повіту (Румунія). Дане партнерство стало можливим в рамках Програми TACIS СВС «Україна-Румунія» за реалізації проекту ТКС по «Розробка інтегрального туристичного продукту для розвитку культурного туризму на Буковині». Така кооперація є новітньою, унікальною та, що є головним, плідною формою партнерства в туристичній сфері. Ініціював цю діяльність БЦРР – член Асоціації Агентств Регіонального Розвитку України, – працівники якого ще задовго до реалізації проекту зрозуміли, що сталий розвиток туризму в регіонах України та висока конкурентоспроможність національних туристичних послуг значною мірою досягається через організацію партнерства та співробітництва провідних учасників туристичної діяльності. Успішне впровадження цього проекту підтверджує ефективність такої поглибленої співпраці між суб'єктами туристичного ринку, урядовими та міжнародними організаціями.

Крім того партнерство проекту не обмежуються лише кордонами України. Працівники проекту зуміли організувати міжнародне партнерство за участі партнера з Румунії – Торгово-промислової палати Сучавського повіту. Спільними зусиллями були проведені численні зустрічі, конференції, тренінги з питань вивчення та використання румунської практики застосування європейського досвіду партнерства в туризмі, ведення бізнесу. Результатом такої транскордонної співпраці є Комплексне дослідження туристичного потенціалу історико-архітектурних об'єктів Буковини і стан їх фактичного використання. Вважаємо, що є доцільним створення на цій основі інтегрального туристичного продукту, який би сприяв позиціонуванню регіону на туристичному ринку як України, так і Європи.

Отже, з вищесказаного можна зробити висновок, що розвиток транскордонного співробітництва в туристичній сфері сприятиме як розширенню ринку туристичних послуг, так і розвитку регіональної економіки та підприємництва, що збільшить економічну та соціальну вигоду для країн-учасниць. До того ж, реалізація спільних проектів з удосконалення туристичної сфери окремих регіонів за участю міжнародних організацій сприятиме підвищенню конкурентоспроможності України на світовому ринку туристичних послуг.

Список використаних джерел:

1. Смаль І. Особливості і проблеми розвитку міжнародного туризму у контексті глобалізаційних процесів // Вісник Львів. університету, Серія міжнародні відносини. – 2008 - вип. 24. – с. 327-335.
2. Щерба Г.І. Роль єврорегіонів і транскордонного співробітництва у функціонуванні соціального простору в Європі// Науковий журнал «Український соціум». – 2008 – № 3. – с. 41-53.

Козловський К.В.*

СУТНІСТЬ, ЗМІСТ ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Однією з основних ознак функціонування світового господарства другої половини ХХ століття є інтенсивний розвиток міжнародних економічних відносин. Відбувається розширення та поглиблення економічного співробітництва між країнами, групами країн, економічними угрупованнями, окремими фірмами та організаціями. Ці процеси знаходять прояв у поглибленні міжнародного поділу праці, інтернаціоналізації господарського життя, збільшенні ступеню відкритості національних економік, їх зближенні та взаємозалежності, розвитку та укріпленні регіональних міжнародних структур. **Передумови інтеграції:**

близькість рівнів економічного розвитку і ступеня ринкової зрілості країн, що інтегруються. За рідкісним винятком (НАФТА) міждержавна інтеграція розвивається або між промислово розвинутими, або між країнами, що розвиваються;

географічна близькість країн, що інтегруються, наявність у більшості випадків загального кордону й історично сформованих економічних зв'язків;

спільність економічних і інших проблем, що постають перед країнами в області розвитку, фінансування, регулювання економіки, політичного співробітництва і т. д. Економічна інтеграція покликана вирішити набір конкретних проблем, що реально постають перед країнами, що інтегруються;

демонстраційний ефект. У країнах, що створ інтеграційні об'єднання, звичайно відбуваються позитивні зрушення (прискорення темпів економічного зростання, зниження інфляції, зростання зайнятості і т. д.), що робить певний психологічний вплив на інші країни. Демонстраційний ефект виявив себе, наприклад, у бажанні країн колишнього СРСР якнайшвидше стати членами ЄС, навіть не маючи для цього макроекономічних передумов;

«ефект доміно». Після того, як більшість країн того чи іншого регіону стали членами інтеграційного об'єднання, інші країни, що залишилися за його межами, зазнають деяких труднощів, пов'язаних з переорієнтацією економічних зв'язків країн, що входять в угруповання, одна на одну. Це нерідко приводить навіть до скорочення торгівлі країн, що залишилися за межами інтеграції. У результаті вони також змушені вступити в інтеграційне об'єднання. Наприклад, після вступу Мексики в НАФТА, багато латиноамериканських країн поспішили укласти з нею угоди про торгівлю.

Міжнародна економічна інтеграція стає імперативом сучасної економічної системи, важливим фактором економічного розвитку, та укріплення економічного потенціалу розвинутих держав.

Міжнародна економічна інтеграція (інтеграція в перекладі з латинської означає взаємопереплетіння, об'єднання окремих частин в єдине ціле)– це етап у процесі розвитку міжнародного поділу праці, для якого характерним є утворення однорідного, внутрішньоєдиного господарського організму, що охоплює декілька країн, виникнення цілісності

* здобувач кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Ступницький О.І.

відокремленого комплексу держав. Хронологічно інтеграційний тип міжнародних економічних відносин почав формуватися після другої світової війни. В основі інтеграції лежать об'єктивні потреби розвитку продуктивних сил.

У загальному вигляді об'єктивну причину міжнародної економічної інтеграції можна визначити як необхідність подолання суперечності між очевидними реальними вигодами для підприємств від участі в міжнародному поділі праці та негативними факторами міжнародної економічної взаємодії – територіальною віддаленістю, меншою мобільністю факторів виробництва і ресурсів, митних та валютних обмежень тощо.

Об'єктивно подолати цю суперечність можливо двома шляхами:

1. створенням і розвитком ТНК;
2. міждержавними узгодженими заходами щодо цілеспрямованого формування світогосподарського ринкового (економічного, правового, інформаційного, політичного, психологічного) простору в крупних регіонах світу.

Поєднання цих двох напрямків і забезпечило перехід до вищого, більш ефективного та перспективного стану міжнародних економічних відносин — міжнародної економічної інтеграції. Інтеграційні процеси за своєю природою – явище складне та суперечливе. Їх розгортання та розвиток може бути зумовлене:

- економічними;
- політичними чинниками.

Міжнародна економічна інтеграція означає взаємоприспосовування національних економік, підключення їх до єдиного процесу відтворення. Це передбачає певну територіальну, економічну, структурну, технологічну спорідненість країн-учасниць міжнародної інтеграції і пояснює її регіональний характер.

Сукупність нижчезазначених чинників:

1. участь в міжнародному поділі праці
2. спорідненість економічних структур
3. технологічна подібність країн-партнерів
4. близькість споживчих переваг формується, як правило, в регіональному масштабі і просуває світогосподарські зв'язки до інтеграційного типу розвитку.

Регіональний характер міжнародної економічної інтеграції пов'язується також з тим, що інтернаціоналізація виробництва здійснюється нерівномірно і передумови для інтеграції складаються в першу чергу в тих регіонах, де найбільш тісні економічні зв'язки.

Ознаками інтеграції є:

1. взаємопроникнення і переплетіння національних виробничих процесів;
2. широкий розвиток міжнародної спеціалізації і кооперації у виробництві, науці, техніці на основі найбільш прогресивних їх форм;
3. глибокі структурні зрушення в економічних системах країн-учасниць;
4. необхідність цілеспрямованого регулювання інтеграційного процесу, розробка скоординованої економічної стратегії та політики;
5. регіональність територіальних масштабів.

Інтеграційний процес охоплює такі ланки економічної системи:

- виробництво;
- сферу обігу;
- сферу прийняття рішень.

Підсумовуючи сказане, **економічна інтеграція** – це процес економічної взаємодії країн, що приводить до зближення господарських механізмів, який приймає форму міждержавних угод і узгоджено регульований міждержавними органами.

Економічна інтеграція характеризується деякими істотними ознаками, що у сукупності відрізняють її від інших форм економічної взаємодії країн: взаємопроникненням і пе-

реплетенням національних виробничих процесів; широким розвитком міжнародної спеціалізації і кооперації у виробництві, науці і техніці на основі найбільш прогресивних і глибоких їхніх форм; глибокими структурними змінами в економіці країн-учасниць; необхідністю цілеспрямованого регулювання інтеграційного процесу, розробки скоординованої економічної стратегії і політики; регіональністю просторових масштабів інтеграції, тому що необхідні передумови першорядно складаються між країнами, де встановлені тісні господарські зв'язки.

За змістом інтеграція являє собою переплетення, взаємопроникнення і зрощування відтворювальних процесів країн регіону. З 1947 р. у світі було створено більш 60 інтеграційних угруповань, що визначалося цілим рядом передумов.

Таким чином, у результаті інтеграції окремі групи країн створюють між собою більш сприятливі умови для торгівлі і для міжрегіонального пересування факторів виробництва, ніж для всіх інших країн. Подібні регіональні утворення оцінюються позитивним фактором світової економіки, але за умови, що група країн, що інтегруються, лібералізуючи взаємні економічні зв'язки, не встановлює менш сприятливих, ніж до початку інтеграції, умов для торгівлі з третіми державами.

Варто зазначити, що всі процеси взаємодії, зближення, співробітництва, конкуренції мають суперечливий, діалектичний характер. Діалектика міжнародних економічних відносин полягає в тому, що прагнення економічної незалежності, укріплення національних господарств окремих країн призводить у підсумку до все більшої інтернаціоналізації світового господарства, відкритості національних економік, поглибленню міжнародного поділу праці.

Сучасні процеси розвитку МЄВ тісно взаємопов'язані з тим середовищем, в якому відбувається їх розвиток та потребує їх дослідження з точки зору системного підходу. Відомий дослідник С. Хоффман у статті «Теорія міжнародних відносин» писав: «Ідея систем безумовно має найґрунтовніше концептуальну основу. Вона дозволяє здійснити чітке розмежування між теорією міжнародних відносин і теорією зовнішньої політики, а також сприяє успішному розвитку як однієї, так і іншої»

Кожна система, в тому числі й система міжнародних відносин, пов'язана - тим, що впливає на систему і з чим вона взаємодіє.

З огляду на це, дослідження процесів, які відбуваються у міжнародному економічному середовищі є одним з найважливіших та першочергових досліджень всієї сукупності зовнішньоекономічних відносин.

Література

1. Kindleberger C. P. European Integration and the International Corporation // Columbia Journal of World Business, 1966, Vol. 1, p. 68.
2. Kindleberger C. P. European Integration and the International Corporation // Columbia Journal of World Business, 1966, Vol. 1, p. 70.
3. Stevens, G. V. G and R. E. Lipsey. Interactions between domestic and foreign investment // Journal of international money finance, 1992, Vol. 11, p. 46
4. Маконнелл. К., Брю. С. Экономикс : принципы, проблемы и политика. - М.: Республика. 1992. Т. 1
5. Основи економічної теорії/ С.В.Мочерний, С.А.Єрохін, Л.О.Каніщенко та ін. За ред. С.В.Мочерного. – К.: ВЦ «Академія», 1997.
6. Портер. М. Международная конкуренция. М.:1994
7. Киреев А.П. «Международная экономика» изд. «Международные отношения» 1999 г. Москва.

*Петрук А.М.**

СВІТОВА ПРАКТИКА ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ. ЧАСТКА ДЕРЖАВИ В СТРУКТУРІ ФІНАНСУВАННЯ

Фінансування розвитку ринку інтелектуальної власності носить важливий стратегічний характер як для конкурентоздатності українських підприємств, так і всієї економіки в цілому. Світова практика показує, що структури такого фінансування може носити різні форми. Джерелами фінансування можуть бути державні кошти, кошти вітчизняних підприємств і іноземних інвесторів, міжнародних організацій тощо. При чому в різних країнах відсоток тієї-чи іншої складової може бути різним. В залежності від підходів до формування системи фінансування розвитку ринку інтелектуальної власності можна виділити три механізми державного регулювання:

1. Прогресивно-соціальний підхід – фінансування здійснюється в основному під державним контролем і за рахунок активного державного регулювання – «директорний» (direct) механізм державного регулювання розвитку ринку інтелектуальної власності;

2. Корпоративний підхід - фінансування здійснюється за рахунок приватних коштів – дистанційний механізм державного регулювання ринку;

3. Універсальний підхід – фінансування фундаментальних досліджень за рахунок державних програм та фінансування прикладних досліджень за рахунок приватних інвесторів, використання медіаційного (посередницького) інструменту державного впливу на ринок.

Прикладами вдалого прогресивно-соціального підходу є Японія часів економічного дива. Продукти, які вироблялись на японських підприємствах, відповідно мали високу собівартість та програвали на міжнародному ринку. Для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно було налагодити виробництво і почати пошуки впровадження новітніх технологій, що звичайно забрало б багато часу. Ось чому у цьому випадку японська влада впровадила практику дотаційної системи ціноутворення, що дало японським підприємствам перевагу на національному ринку. Варто зазначити, що уряд не зосереджував свою увагу на розвитку фундаментальних наук, а навпаки - у прикладні науки, що швидко давали віддачу. Японія створила сприятливий митний та податковий клімат для закупівлі ліцензій на наукові відкриття, зроблені у інших країнах, а на цій основі виробляти все більш досконалі вироби - що мали значно кращі параметри, ніж початкові.

В свою чергу Сполучені Штати є вдалим прикладом корпоративного підходу. Саме американські корпорації складають більшість у переліку 300 провідних компаній-інвесторів науково-дослідних робіт. Цільове фінансування за рахунок коштів самого підприємства, або за допомогою венчурних фондів, складають основне джерело інвестицій в інноваційну діяльність. Державне фінансування в основному сконцентроване на галузях стратегічного характеру (космічні програми, військові розробки тощо), хоча і не без частки приватного сектору.

* здобувач кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

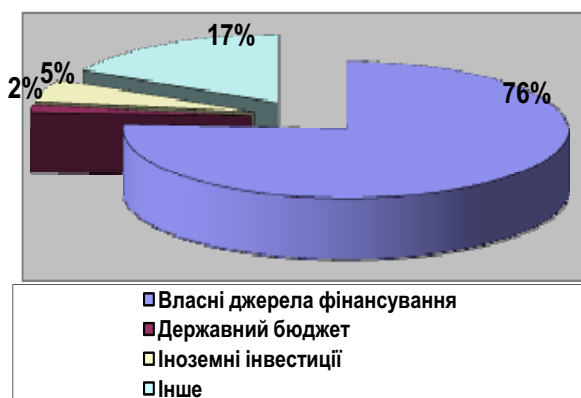
Науковий керівник: доц. Расшивалов Д.П.

У рейтингу конкурентоздатності країн Західної Європи серед перших йде Фінляндія з п'ятимільйонним населенням. Політика її уряду є прикладом універсального підходу. В 1983 році було створено національне технологічне агентство ТЕКЕС. На державній основі був створений конструктивний діалог вчених і підприємців. Ученим стало вигідно робити те, що було у попиті зі сторони бізнесу, а бізнесу - іти до вчених, щоб у їхніх лабораторіях черпати ресурси для свого розвитку.

Серед розвинутих країн, домінує саме останній підхід, хоча з різними частками держави. В Австрії у 2008 році було інвестовано 6,3 мільярди євро, з яких 36 % — державні субвенції, 43 % — внески вітчизняного підприємницького сектору і 20 % склали замовлення з-за кордону. Витрати на фінансування в Бельгії на 69,2 % здійснюються приватними підприємствами, на 21,7 державним сектором. В Іспанії 42,5% фінансування покривається державним коштом. В Німеччині з інвестованих у НДДКР 61,5 млрд. євро у 2009 році, 12 млрд. (19,5%) – видатки з федерального бюджету [1].

На противагу більшості розвинутих країн в середньому за останні 10 років структури українського фінансування інноваційної діяльності наступна:

Структура фінансування інноваційної діяльності в Україні



Великий відсоток фінансування за рахунок власних коштів це більше не явище пов'язане з корпоративним підходом (так як розміри та кількість українських корпорацій не дозволяє здійснювати повноцінне фінансування на загальнодержавному рівні), а перш за все через мізерні частки державного бюджету та іноземних інвестицій. Недостатнє державне фінансування та недостатня посередницька активність по використанню інших механізмів впливу на ринок унеможливорює одержання важливих наукових результатів та перешкоджає розвитку України, її ствердженню як передової розвинутої держави.

Толубко О.В.*

ІНФОРМАЦІЙНІ ФАКТОРИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ АСИМЕТРІЇ ГЛОБАЛЬНОГО РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Глобалізація міжнародних відносин, формування глобальної інформаційної інфраструктури і спільної інформаційної спадщини людства, міжнародна інформаційна політика, спрямована на економічну, політичну і культурну інтеграцію світових спільнот на основі використання нових перспективних технологій, вільному доступі і обміну інформацією виступають характерними ознаками нового етапу розвитку людства – інформаційного суспільства. Суспільства, в якому на перше місце виходить не доступ до ресурсів, наявність виробничих потужностей або капіталів, чим характеризувалося індустріальне суспільство, а здатність до нововведень, доступ до інформації, інтелект, знання.

Інформація перетворилась на глобальну проблему, тобто має міжнародний характер. Інформаційний фактор здійснив у житті цивілізації ХХ століття найбільш глибокі зміни за всю її історію: він об'єднав світ в єдину систему, яка функціонує у режимі реального часу. Важливою ознакою глобальної ролі комунікації є стрімке підвищення суспільної цінності інформації (хоча інформація завжди мала високу вартість у суспільстві), але тільки у ХХ столітті інформація перетворилась у стратегічний ресурс людства.

В процесі адаптації підприємницької діяльності до умов інформаційних перетворень в суспільстві особливе місце належить розробці нових принципів, методів і моделей управління маркетинговими комунікаціями. Об'єктивні передумови підвищення ролі інформації в розвитку суспільства в цілому та в економічній галузі зокрема, обумовлені особливостями сучасного етапу розвитку ринкових відносин, які розширяють сферу застосування комунікацій. Визначальне значення набуває маркетингове середовище, яке характеризується жорсткою конкуренцією в комунікативному просторі, постійною боротьбою великої кількості компаній за увагу цільової і потенційно цільової громадськості, високою інтерактивністю суспільства, швидким старінням інформації, підвищенням вимог до соціально-етичної орієнтації діяльності та асиметричністю розвитку світового господарства. Все це, безперечно, обумовлює підвищення значущості зв'язків з громадськістю в бізнес-діяльності.

Необхідність прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо зв'язків з громадськістю компанією викликана тим, що цей комунікаційний елемент є одним із засобів популяризації товарів/послуг, завоювання комунікаційних іміджевих переваг, досягнення високої інформативності громадськості, а також безпосередньо впливає на громадську думку та визначає ступінь прихильності громадськості до діяльності як компанії і її продукції, так і держави.

Активне використання паблік рилейшнз у формуванні позитивного іміджу країни, її конкурентоспроможності має низку підстав. *По-перше*, на сьогодні паблік рилейшнз науковці розглядають не як інструмент створення пабліситі, або односторонньої кому-

* здобувач кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Мазуренко В.П.

нікації з громадськістю, а як процес діалогу і досягнення компромісу з ключовими групами суспільства, як новий підхід до налагоджування плідних відносин зі стратегічно важливими групами громадськості. *По-друге*, набув поширення прагматичний підхід до використання ПР-інструментарію як засобу підвищення ефективності іміджу як в бізнес-діяльності, так і для позиціонування країни. *По-третє*, спеціалісти з ПР допомагають в розробленні стратегій зв'язків з різними групами громадськості, стратегій, які ґрунтуються на наукових дослідженнях і двосторонній комунікації з ключовою громадськістю.

Якщо згадати, що сучасне суспільство вже давно характеризується як суспільство інформаційне, і як варто усвідомити, що більшість сучасних відкриттів, що відбуваються в самих різних сферах життєдіяльності являють собою синтез уже наявної інформації, стане зрозумілим, чому практично кожний соціальний суб'єкт усе більше і більше стурбований проблемами виробництва пошуку і споживання інформації. Інформація з деякого допоміжного інструмента поступово перетворюється в один з головних факторів конкурентоспроможності в умовах асиметрії розвитку світового господарства.

Природно, що в цій ситуації буквально на всіх ринках - політичному, економічному, культурному і т.п. - розгортається і наростає серйозна конкуренція за те, чия саме інформація буде затребувана, осмислена, куплена, застосована.

Конкурентоспроможність країни – це є потужний аналітичний і політичний інструмент, оскільки охоплює не тільки лише економічні показники, але й оцінює економічні наслідки важливих для стабільного зростання неекономічних явищ, таких, як якість політичних процесів і суспільного управління, рівень освіти, наукова база, інформаційна інфраструктура тощо. За цих умов формування іміджу України є одним із основних ресурсів, який визначає його економічну, політичну та соціальну перспективу на міжнародній арені. Важливим інструментом в умовах асиметрії розвитку світового господарства належить інформаційній складовій і, зокрема, зв'язкам з громадськістю.

*Джалюк І.**

ОСНОВНІ ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Для сучасного міжнародного туризму характерна значна територіальна нерівномірність. На економічно розвинені країни припадає 57 % туристських прибутків, на країни, що розвиваються – 30 %, на країни з перехідною економікою – 13 %. При подібній регіональній структурі туристських прибутків і доходів виділяються п'ять туристичних макрорегіонів світу: Європейський, Американський, Азійсько-Тихоокеанський, Африканський, Близькосхідний. Найбільша їх частка припадає на Європу (58 %). Це пояснюється наявністю всіх видів рекреаційних ресурсів, стабільною економічною і політичною ситуацією в цьому макрорегіоні, наявністю розвинутої інфраструктури та вигідним географічним положенням [1, с.150].

У «Візії туризму-2020» Всесвітньої організації туризму (ВТО) зазначається, що очікується майже 1,6 млрд. туристів у 2020 р. З них 1,2 млрд. будуть внутрішньо-регіональними та 378 млн. – це туристи, націлені на далекі подорожі. Загальна сума в'їзних туристів по регіонах становитиме: Європа (717 млн.), Східна Азія і Тихоокеанський регіон (397 млн.), Північна і Південна Америка (282 млн.), далі йдуть Африка, Близький Схід і Південна Азія. Східній Азії, Тихоокеанському регіоні, Близькому Сходу та Африці прогнозується рекордний приріст туристів зі швидкістю більше 5% за рік, у порівнянні із середнім світовим показником у 4,1% [2].

Якщо дивитися на сучасний стан ринку туристичних послуг, то надходження від міжнародного туризму сягнули 852 млрд. дол. США в 2009 році, в порівнянні з 941 млрд. дол. США у 2008 р., зокрема в ЄС 473,7 млрд. дол. США в 2008 році, 413,07 млрд. дол. США у 2009 р.

Другим основним показником розвитку туризму є кількість в'їзних туристів. Так, загалом у світі кількість в'їзних туристів склала 919 млн. у 2008 р., проте у 2009 р. скоротилася до 880 млн. У ЄС кількість в'їзних туристів склала 459,7 млн. у 2009 р., хоча у 2008 р. становила 487,2 млн. туристів [3, с. 4].

Хоча ринок туристичних послуг порівняно з 2008 р. сповільнив свій розвиток, ЄС отримують найбільші прибутки порівняно з іншими країнами світу.

Розглянемо основні фактори, котрі впливають на вище зазначені тенденції розвитку туристичного ринку ЄС.

По-перше, економічна і фінансова криза, що торкнулася всіх країн світу з 2008 року мала значний вплив на попит на ринку туристичних послуг. Хоча європейці продовжують подорожувати, вони пристосувалися до обставин, зокрема, вважаючи за краще подорожувати на короткі відстані, скоротили терміни перебування та витрати закордоном. Туристична активність у ЄС впала приблизно на 5,6% в 2009 році. Таким чином, хоча за оцінками ВТО очікується зростання у міжнародних туристичних прибуттів з 2010 року, схоже на те, що відновлення туристичної активності у ЄС буде повільнішим, ніж в інших регіонах світу [4].

* аспірант кафедри міжнародних економічних відносин факультету міжнародних відносин Львівського національного університету ім. І.Франка

Науковий керівник: доц. Єлейно І.В.

По-друге, глобальний економічний спад на ринку туристичних послуг поглибився через ситуацію з епідемією грипу А (H1N1). Через це 2009 р. для туризму виявився одним з найважчих. Різниця у прибутті туристів у ЄС між 2008 та 2009 роком склала – 6% [3, с. 3].

По-третє, збільшилася невизначеність у деяких країнах Єврозони, що сильно залежать від стабільності євро, який показав не найкращі показники зростання. 9 липня 2010 р. , 1 євро коштувало 1,26 дол. США, що на 12% нижче, ніж на початку року. Слабка економіка та поточна невизначеність щодо курсу податково-бюджетної політики призвела євро до подальшого ослаблення. Для економіки Єврозони це спричинило подальше збільшення рівня ставок на ризик та завищенням вартості запозичень, що призвело до зниження і так слабого внутрішнього попиту. Однак, що стосується подорожей, ослаблений євро зробив європейські міста більш привабливими для більшості іноземних туристів. Долар та ієна знаходяться на багаторічних максимумах по відношенню до євро. Крім того, для мешканців зони євро, на даний час поїздки у далеке зарубіжжя є набагато менш привабливими з точки зору ціни, даючи європейцям більше стимулів для поїздок в межах регіону [5, с. 9].

Отже можна зробити висновок, що з розширенням ЄС у 2004 році (розмір ЄС зріс на 25%, населення - на 20%, ВВП - на 5%) та через світову економічну та фінансову кризу, посилення ролі Африканського та Азійсько-Тихоокеанського регіонів світу конкуренція на ринку туристичних послуг у світі так і всередині ЄС з кожним роком зростає.

Література

1. Смирнов І. Г. Туристично-фінансові потоки та моделі управління в міжнародному туристичному бізнесі // Географія і сучасність: Зб. наук. пр. Київ. нац. пед. ун-ту ім. М. П. Драгоманова. – Київ, 2006. – Вип. 5 (15).
2. World Tourism Organisation. Facts and figures. Tourism 2020 Vision.- Available from: <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>.
3. World Tourism Organisation. UNWTO Tourism Highlights, 2010 Edition.
4. World Tourism Organisation. UNWTO World Tourism Barometer, Volume 8, January 2010. – Available from: <http://www.unwto.org/facts/eng/barometer.htm>.
5. ETC Market Intelligence Report European Tourism in 2010: Trends and Prospects (Q2/2010) Brussels, July 2010. - ISBN No: 978-92-990058-3-5.

*Крикун В.А.**

МЕТОДИ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ БАНКІВСЬКОГО БРЕНДУ

Визначення вартості бренду дає установі незаперечні переваги. По-перше, це можливість залучити необхідні фінансові ресурси, по-друге, сформувати оптимальну структуру капіталу. В банківській установі вартість торгового знаку використовується менеджерами при ухваленні маркетингових рішень, а також при аналізі результатів її діяльності. Знаючи вартість торгового знаку, керівник може об'єктивно оцінити результати роботи служби маркетингу задля формування і покращення сприйняття торгового знаку споживачем. З точки зору покупця, бренд полегшує процес купівлі, допомагає розпізнавати продукти і надає клієнтам впевненості при формуванні рішення щодо купівлі.

Також, потреба в оцінці бренду виникає у наступних випадках: перед продажем бренду або установи в цілому; щоб визначити вартість активів на балансі установи; для надання гарантії у випадку позики; для визначення суми, яку можна одержати від реалізації або надання в оренду нематеріального активу (ТМ, ТЗ, гудвіл); коли необхідна інформація для достовірного визначення витрат, пов'язаних з розробкою нематеріального активу; у разі потреби розробки економічно обґрунтованої програми розвитку бренду; у разі потреби ухвалення рішення про інвестиції в маркетинг, а також для того, щоб згодом оцінити їхню ефективність, тощо [1].

Але, до сих пір не існує єдиної визнаної правильної системи оцінки брендів, тому різні видання користуються різними формулами і включають до них різні показники. Навіть такі відомі компанії і видання як Brand Finance, The Banker та Interbrand, які мають власно розроблені механізми та способи вимірювання вартості брендів міжнародних компаній та відомих фінансових установ, оцінюючи торгові марки, дуже сильно розходяться у оцінці вартості останніх.

У оціночній практиці фінансового підходу існує безліч методів оцінки банківського бренду. Найбільш поширені можна класифікувати за такими категоріями: витратний, порівняльний, прибутковий та формульний підходи.

Першим розглянемо витратний підхід – обрахунок вартості бренда на основі витрат, пов'язаних зі створенням або відновленням схожого бренда з однаковими споживчою привабливістю і комерційною вигідністю. Такі витрати включають видатки на розробку бренду, дослідження, дизайн, пакування, рекламу, продажі та стимулювання покупців. Не дивлячись на складність збору даних і обрахунку у витратному підході, применшити ціну продажу компанії дуже легко. Вартість дійсно міжнародного бренду зазвичай набагато більша за витрати, пов'язані з його створенням. Тому, витратний метод практично не використовується, хіба що для визначення нижньої межі діапазону, в якому знаходиться кінцевий результат. Але, все ж таки, витратний підхід до оцінки вартості бренда нараховує декілька методів обрахунку: накопичених витрат, відновлювальної вартості, конверсійних моделей та споживчої переваги.

Що стосується порівняльного підходу, він заснований на визначенні вартості бренду виходячи з інформації про операції з аналогічними торговими марками. Складність за-

* аспірант кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Мазуренко В.П.

стосування даного підходу полягає у відсутності активно функціонуючого ринку по купівлі-продажу торгових марок, а також, іноді, і в недоступності інформації про ціни і дійсні умови подібних операцій. Даний підхід використовується дуже рідко. Але, все ж таки, можна виділити декілька методів обрахунку вартості бренда за порівняльним підходом: порівняльний метод, метод оцінки капіталу бренда, метод використання реального опціону, залишковий метод.

Третій підхід – прибутковий – передбачає визначення насамперед очікуваних майбутніх доходів інвестора (метод дисконтованих грошових потоків). Згідно з прибутковим підходом аналітик оцінює майбутні вигоди (доходи) від володіння брендом і трансформує ці доходи в поточну вартість, використовуючи норму дисконту, яка враховує ризики, пов'язані з реалізацією цих вигод. Цей метод найчастіше використовується для оцінки вартості брендів. Існує багато методів обрахунку вартості бренда за прибутковим підходом. Всі вони включають побудову прогнозованої фінансової моделі. Нараховується п'ять альтернативних шляхів для знаходження прибутку з бренда, які можуть включатися до даної моделі, це: метод переваги в прибутку, метод надлишкової маржі, метод економічної заміни, метод розділеного прибутку, метод звільнення від роялті, узагальнюючий аналіз, метод оцінки капіталу бренда та використання коефіцієнту ціна – продажі.

Наступний, формульний підхід передбачає застосування складених критеріїв для оцінки вартості бренду. Не дивлячись на те, що у деяких підходах формульний метод схожий на прибутковий і порівняльний, він відноситься до окремої категорії, тому що використовується, переважно, консалтинговими компаніями. Одними з найвідоміших методів формульного підходу є методи оцінки вартості брендів компаній Interbrand та Brand Finance [2].

Література

1. Бутенко Н.В. Проблеми та перспективи управління товарними марками підприємств // <http://who-is-who.com.ua/bookmarket/brands2008/28/8.html>
2. Келлер К. Стратегический бренд-менеджмент. – Вильямс.- 2005.- 704с.
3. Краевая А. Наука и искусство брендинга. // Банковская практика за рубежом. – 2007. - № 4
4. Abratt R., Bick G. Valuing Brands and Brand Equity: Methods and Processes // Journal of Applied Management and Entrepreneurship. – 2003. - №1
5. Best Global Brands 2009. // Interbrand. – 2009. (www.interbrand.com)

*Підвисоцький Я.В.**

КРЕДИТНІ ДЕФОЛТНІ СВОПИ: МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ

В останній час ринок похідних фінансових інструментів все сильніше чинить вплив на економіку багатьох країн світу, розширюючи можливості глобалізації фінансового ринку. Серед найпомітніших, що застосовуються в останні 40 років, є структуровані інструменти деривативного характеру. Їх основним завданням є, по суті, удосконалення та оптимізація структури капіталу фінансових установ, на практиці, більшою мірою це стосується інституціональних інвесторів. Все частіше банки, страхові компанії, пенсійні та інвестиційні фонди стикаються з проблемою застарілості вже відомих механізмів управління ризиками та збільшення капіталізації активів, нарікаючи на занадто жорсткі вимоги регуляторів, які не дають свободу дій у конкурентному середовищі. Саме тому пошук інструментів нового типу, здатних з одного боку мінімізувати можливі загрози, а з іншого боку нарощувати власний капітал за допомогою природних для таких установ операцій, призвів до створення такого структурованого продукту, як кредитний дефолтний своп (Credit Default Swap).

Кредитний дефолтний своп (далі – CDS) являє собою контракт, за яким продавець бере на себе зобов'язання виплатити кредит, виданий покупцем третій стороні у випадку дефолту останньої, а покупець здійснювати регулярні платежі, або разовий платіж (як правило різницю між номіналом та частиною погашеного боргу) продавцю протягом дії контракту [9].

Покупцем CDS виступає, як правило, банк, який видав кредит, або придбав облігацію у третьої сторони. Останньою можуть виступати великі успішні на ринку компанії, репутація яких не піддається сумніву, і які здатні вчасно погасити тіло кредиту з відсотками, або сплатити купонні платежі банку. Продавцем кредитно-дефолтного свопу можуть бути як інституціональні інвестори, такі як банки, страхові товариства, інвестиційні фонди, так і приватні особи.

Зовні операції з CDS нагадують страхування кредитних ризиків, однак їх зміст суттєво відрізняється від звичайної передачі ризиків страховим компаніям.

По-перше, CDS на відміну від страхового полісу може вільно обертатись на фінансовому ринку, тобто купуватися і продаватися за договірною ціною необмежену кількість разів.

По-друге, до кредитного дефолтного свопу менше правових вимог, відсутнє пряме втручання регулятора.

По-третє, цей інструмент є дешевшим, аніж ті, що торгуються на регульованому ринку, тобто на біржі.

Кредитний дефолтний своп з'явився на світ у 1994 році і був запропонований банку GP Morgan його талановитою співробітницею Бліт Мастерс (Blythe Masters) з метою уникнення дорогої та занадто обмеженої операції зі страхування банківських кредитів.

Купуючи CDS, банк отримував наступні переваги:

* аспірант кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Расшивалов Д.П.

- банку не потрібно було створювати резервний фонд для покриття неповернутих кредитів;
- вартість кредитного дефолтного свопу буда меншою, ніж вартість страхового полісу, оскільки емітент (продавець) не був зобов'язаний створювати страховий фонд з платежів, сплачених покупцями;
- CDS можна було перепродати іншим банкам, розподіляючи ризик по кредитах у відсотковому відношенні;
- можна було об'єднувати декілька кредитів в один кредитний портфель, який отримував високий рейтинг, маючи під собою гарантію CDS, і міг бути легко проданий іншим банкам;
- зростала ліквідність активів банку [4, с.3-4].

Продавець CDS, з іншого боку, отримував юридичну свободу випуску таких паперів, міг продавати їх не на біржі, залучав вільні кошти банків у вигляді періодичних виплат, беручи на себе ризики дефолту дуже надійних компаній, що мали бездоганний кредитний рейтинг.

Здавалося б, кожна зі сторін отримувала вигідні для себе умови. Більше того, об'єктом дефолтних свопів виступали не лише пули кредитів, а й сукупність товарів, що зазвичай торгуються на товарних біржах за стандартних умов. Зазвичай CDS випускаються терміном на 5 років, це оптимальний строк для управління середньостроковими банківськими ризиками. Проте, починаючи з 2007 року почали проявлятися наслідки використання таких інструментів, що можна без сумніву помітити в сучасний кризовий час.

Вказані вище переваги уявної взаємовигоди сторін CDS контрактів призвели за останні 10 років до небувалого зростання ринку цих інструментів по всьому світу. Якщо в 2000 році цей ринок в США був лише \$100 млрд., то в 2004 став \$6 трлн., в 2005 - \$10 трлн., а в 2008 – \$15,5 трлн., в той час як в світі в 2007 він становив \$45 трлн., а в 2008 – \$60 трлн., і продовжує невпинно зростати, подолавши позначку у \$62 трлн. у 2009 році [10; 5].

Сам банк GP Morgan створив у 1997 році портфель кредитів таким відомим компаніям як IBM, Ford, Wall-Mart на суму \$9,7 млрд., виділивши з них 10%-й транш в якості об'єкта страхування за допомогою CDS. Завдяки небувалим темпам зростання економіки США на початку 2000-х років до ринку дефолтних свопів був залучений іпотечний ринок, оскільки динаміка зростання останнього давала стабільність результату і доволі позитивні прогнози. При цьому процентна ставка ФРС була надто низькою, і це стимулювало банки нарощувати обсяги кредитування.

До числа емітентів CDS долучились відомі банки, страхові компанії, пенсійні та інвестиційні фонди, тощо. Відома американська страхова корпорація AIG випустила CDS на суму \$440 млрд., а банк Lehman Brothers гарантував боргові зобов'язання на суму \$700 млрд. [6]

Небувалий розмах випуску кредитних дефолтних свопів призвів до таких негативних наслідків:

- ігнорування банками деяких принципів селекції позичальників, в результаті чого до портфелю потрапляли боржники з не бездоганною кредитною історією;
- збільшення урядом США процентної ставки вплинуло на платоспроможність покупців на ринку нерухомості, а це, в свою чергу, призвело до обвалу іпотечного ринку і банкрутства позичальників банку;
- втрата прозорості з операціями по перепродажу CDS;
- відсутність резервів у емітентів на покриття ризиків дефолту;
- 30% емітентів у структурі установ, що випускали CDS були хедж-фонди, які майже всі доходи від операцій спрямовували у фондовий ринок.

Таким чином, ще вчора доволі успішні CDS перетворилися сьогодні на інструменти, що підривають світову фінансову стійкість. В чому ж причина збою в механізмі кредитних дефолтних свопів?

Коли банк видає звичайний кредит на придбання нерухомості, то об'єктом застави виступають об'єкти нерухомості: будинки, котеджі, офісні центри, тощо. В разі неплатоспроможності позичальника банк на законних підставах конфіскує заставне майно і компенсує свої збитки за неповернений кредит. Однак, в разі придбання CDS у емітента, об'єктом страхування виступають не матеріальні об'єкти, а кредитний договір! В разі, якщо компанія-емітент не може виконати своїх зобов'язань перед банком, останній не може компенсувати свої втрати за рахунок заставного майна, і залишається ні з чим [6].

Отже в кінцевому випадку, в разі настання дефолту третьої сторони, не емітент, а саме банк є носієм ризику. Навіть якщо він і перерозподілив ризики, продавши дефолтний своп іншим банкам, він не зможе повернути собі втрати за неповернення кредитів, оскільки новий покупець CDS вже перепродав цей цінний папір іншому, а той в свою чергу ще іншому, і так далі.

Система перерозподілу ризиків за допомогою CDS в такому вигляді навіть при шаленій доходності тепер, може призвести до непоправних наслідків на фінансовому ринку в майбутньому. Дефолт компаній з невисоким рівнем доходності та не прозорою кредитною історією, які попали в портфель, свідчить про непрофесійність банківського менеджменту при селекції ризиків. В свою чергу, неймовірна дохідність від операцій з CDS та масштабність таких операцій призвела і продовжує призводити до негативних наслідків в світовій економіці. Про цей факт свідчить і банкрутство самих провідних гігантів сек'юритизації як Lehman Brothers, AIG, надзвичайно непросте становище в Deutsche Bank, IBM, Ford, розорення тисяч банків, страхових товариств, інвестиційних компаній, тощо.

В той же час, якби емітентом виступали не основні гравці фондового ринку, а суб'єкти реальної економіки, наприклад лізингові компанії чи інвестори в галузі літакобудування, або ті ж іпотечні інвестори, таких масштабних ризиків можна було б уникнути. Періодичні банківські платежі, з одного боку, їм потрібні, немов повітря людині. З іншого боку, в разі дефолту третьої сторони (а це трапилося б не одразу після продажу CDS, а вже тоді, коли такий емітент створив свій матеріальний продукт), банк міг би скористатися заставою емітента в разі його відмови погасити кредит боржника.

Так, банк отримує більш тверду гарантію компенсації збитків за кредитами, а емітент CDS – такі важливі гроші на розвиток свого інвестиційного проекту. Але найбільше б від цього виграла економіка, оскільки платежі банку спрямовувались би не на фондовий, спекулятивний ринок, а в розвиток інфраструктури, в нові робочі місця, зрештою в реальні виробничі потужності, в нові матеріальні блага, що приносять користь суспільству.

Література

1. Дэвидсон Э., Сандерс Э., Вольф Л.-Л., Чинг Ф. Секьюритизация ипотеки: мировой опыт, структурирование и анализ. М.: «Вершина», 2007.
2. Фабозци Ф.Дж. Финансовые инструменты М.: «ЭКСМО», 2010, 864 с.
3. Ценные бумаги, обеспеченные ипотекой и активами / Под ред. Л. Хейра. М.: «Альпина Бизнес Букс», 2007.
4. Moorad Choudhry. The Credit Default Swap Basis / Bloomberg Press, 2006
5. Анатомия одной булимии // «Бизнес-журнал» №21-22 от 10 Ноября 2008 года – <http://offline.business-magazine.ru/2008/154/308585>
6. Закон и кулак // Независимый альманах «Лебедь» – <http://www.lebed.com/2009/art5488.htm>

7. Знаки и символы: Энциклопедия // Кредитные дефолтные свопы. Инструмент краха – <http://www.znaki.chebnet.com/s11.php?id=144>
8. Мировой экономический кризис. Хроника и комментарии. // Обман на основе CDS - <http://worldcrisis.ru/crisis/526480>
9. Что такое свопы // Газета «Чужие деньги» №39 Июнь 2006 – <http://www.fxmoney.ru/article/?id=435>
10. Энгдаль У.Ф. Финансовое цунами, Часть 4 - <http://www.warandpeace.ru/en/analysis/view/19285/>

*Білоус А.**

КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІНАНСОВИХ КОМПАНІЙ

Комерційний успіх діяльності підприємства галузі фінансових послуг на сучасному етапі, в першу чергу, починає залежати від його комплексу маркетингу. Фінансові послуги визначаються як послуги, що пов'язані з виконанням визначених дій з об'єктами клієнта (фінансовими інструментами, грошовими коштами або їх еквівалентами, фінансовою інфраструктурою), які в подальшому призведуть до отримання клієнтом економічної вигоди.

Галузь фінансових послуг є динамічною, оскільки швидкий розвиток фінансового ринку став причиною скорочення життєвого циклу фінансових продуктів (за останні 10 років життєвий цикл фінансових продуктів скоротився в середньому в 3 рази (з 2-3 років до 6 місяців)). Також необхідно відмітити інноваційність нових продуктів галузі фінансових послуг.

Компанії, які працюють в галузі фінансових послуг, можна поділити на такі групи: розробники, виробники, посередники, впроваджувальники фінансових продуктів та організації з надання супутніх послуг. Аналіз успішних підприємств показує ефективність синергізму в галузі фінансових послуг. Передумовами необхідності синергізму виступають: необхідність в обслуговуванні споживачів, забезпечення збереження ноу-хау, забезпечення загальної стабільності роботи компаній.

Основними маркетинговими проблемами галузі можна назвати такі:

1. Ринок збуту обмежується тими споживачами, які не тільки потребують впровадження певних фінансових продуктів, але й розуміють їх суть.
2. Розгляд часу виводу на ринок фінансових продуктів як найважливішого фактора в боротьбі з конкурентами.
3. Неможливість точного прогнозування попиту потенційних користувачів.
4. Роздробленість ринків.
5. Необхідність уніфікації продукту до вимог споживача.

Відповідно до цього, можна сформулювати такі вимоги до маркетингової стратегії підприємства, яке працює на ринку фінансових послуг:

1. Управління всіма бізнес-процесами повинно бути динамічним.
2. Виробництво фінансових продуктів і надання послуг повинно постійно вдосконалюватись.
3. Забезпечення зростання прибутку.
4. Розширення номенклатури продуктів і послуг.
5. Підвищення споживчої цінності фінансових продуктів і послуг.

Можна визначити такі сегменти ринку для фінансових продуктів:

1. Промисловий ринок - продукт використовується для забезпечення сталості виробництва.
2. Корпоративний ринок великих замовників - споживачі цього сегменту це великі підприємства, які використовують фінансові продукти і послуги не тільки у виробничих цілях.

* студент 6 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Мазуренко В.П.

3. Корпоративний ринок - споживачами виступають підприємства малого та середнього бізнесу.

4. Індивідуальні користувачі - дрібні споживачі фінансових продуктів визначених видів.

Значення стратегічного маркетингового планування зростає у зв'язку зі зміною ринкових умов, у тому числі таких, як посилення конкуренції, зниження цін, широке впровадження інновацій, ріст спеціалізації, скорочення термінів надання фінансових послуг. У зв'язку з цим, основними критеріями ефективності стратегічного планування є ефективність, гнучкість і оптимальність організаційної структури фірми, системи планування і контролю, ступінь обліку діяльності фірми.

Проблема сьогоденного періоду - це інновації, які ще не окупилися і вже є менш ефективними в порівнянні з сучасними розробками. Через цей фактор споживачі фінансових продуктів надають перевагу тим компаніям, які можуть надавати послуги на найвищому рівні (у тому числі й безпеки).

Специфіка попиту у споживачів фінансових продуктів полягає у необхідності отримання всіх рішень з одних рук. Це приводить до того, що підприємства, які надають фінансові послуги, повинні весь час удосконалюватись та розширяти власне поле діяльності. В цій галузі, як ні в якій іншій, можлива втрата споживача через неможливість надання певних послуг, які він потребує.

Можна виділити такі сучасні маркетингові стратегії:

1. Тільки розробка. Підприємство створює продукт і продає його повністю чи частково (ліцензування) іншим компаніям. Ця стратегія є виправданою коли ринок споживачів є обмеженим чи просування продукту силами підприємства неможливо через нестачу певних ресурсів чи відсутності доступу до маркетингових каналів.
2. Спеціалізація. Компанія спеціалізується тільки на одному напрямку діяльності, при цьому забезпечується повний цикл послуг.
3. Вузька спеціалізація. Компанія займається тільки одним видом діяльності, без забезпечення повного циклу послуг.
4. Диверсифікація. Компанія спеціалізується на комплексному обслуговуванні певного сегмента кінцевих користувачів і забезпечує повний цикл надання послуг по кожному напрямку. Специфіка цієї стратегії полягає в необхідності компанії постійно розширяти асортимент для забезпечення конкурентоздатності.

*Бойко О.**

СОЦІАЛЬНА МЕДІА ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

На сьогодні спостерігається посилення ролі персоніфікованих комунікацій у боротьбі за покупця, що зумовлено особливостями маркетингового середовища сучасного світового та вітчизняного ринку. За останні п'ять років значно посилюється використання саме соціальних медіа. На підтвердження цього можна навести приклад компанії Starbucks, яка на сьогодні має понад 10 млн. прихильників у мережі Facebook, а лише рік тому їх було 1,66 млн. [1].

За повідомленнями The Daily Telegraph в Університеті міста Бірмінгем навіть розпочалось викладання однорічного курсу «Соціальні медіа», що охоплює матеріал зі спілкування та маркетингу в соціальних мережах. Під час проходження курсу вартістю 4400 фунтів стерлінгів навчатимуть створювати блоги та розміщувати в Інтернеті підкасти.

Використання соціальних інтернет-мереж з метою маркетингу в Україні також вже не є чимось екзотичним [4]. Світова економічна криза підштовхнула продавців модного одягу до адаптації поширеної в Європі і США концепції шоу-румів - невеликих магазинів, які просувають свої товари в основному за рахунок контактів з користувачами Facebook, Twitter і LJ. Лише цього року відкрилося близько десятка таких магазинів. Як відзначають експерти, потіснити крупні мережі вони навряд чи зможуть, але займуть свою нішу однозначно займуть.

Аналіз маркетингової діяльності компанії Starbucks дає можливість виділити наступні складові її комунікативної стратегії [2]:

1) Starbucks у Twitter – Starbucks вступає у діалог зі своїми клієнтами у Twitter, відповідаючи на запитання, перенаправляючи вислови користувачів про бренд, що у свою чергу створює відкритий канал зв'язку для комунікації із громадськістю.

2) Starbucks у Facebook – Starbucks завантажує контент на свою сторінку у Facebook для своїх шанувальників: відео, повідомлення у блозі, цікаві фотографії. Компанія також надсилає запрошення на різноманітні заходи та проводить онлайн-акції. Наприклад, на даній сторінці можна було безкоштовно отримати купони на кондитерські вироби, що продаються у кав'ярнях. Як наслідок сторінка отримала 200 тис. нових шанувальників за тиждень. Загалом, це місце, де прихильники кави Starbucks можуть розпочати дискусію, додати свій коментар, вставити посилання на відео, тощо, що і робить така велика кількість людей.

3) Starbucks на YouTube – більш ніж 5000 людей підписані на канал Starbucks на YouTube. Компанія завантажує відеоролики та інформаційні ролики, що розповідають про походження різноманітних сумішей кави, а також репортажі про свою благодійну діяльність та історію компанії, щоб люди у більшій мірі відчували свою пов'язаність з брендом.

Starbucks також дозволяє людям всюди вставляти свої відео. Багато компаній забороняють це робити з остраху, що їх відео буде розміщене на сумнівних сторінках, які можуть

* студентка 6 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Мазуренко В.П.

зашкодити репутації їх бренду. Проте із досвіду Starbucks та інших марок (наприклад, Dell) видно: дана стратегія лише збільшує позитивний вплив на імідж компанії, а не навпаки.

4) My Starbucks Idea – власна соціальна мережа компанії, де клієнти діляться своїми ідеями, пов'язаними із Starbucks. Сайт надає можливість побачити, що пропонують інші відвідувачі, голосувати та перевіряти результати. Даний сайт є важливим аспектом соціальної стратегії Starbucks. Користувачі даної мережі вважають, що вони відіграють особливу роль у процесі прийняття рішень компанії, а це змушує відчувати їх її частиною.

5) «Ideas in Action» – це блог співробітників Starbucks, де розповідається, що відбувається з ідеями користувачів сайту My Starbucks Idea після оприлюднення результатів голосування. Знання про поточні справи всередині компанії збільшують лояльність споживачів до бренду ще більше.

6) Зараз Starbucks готується до запуску власної соціальної мережі [3], доступ до якої можна буде отримати через безкоштовні wifi кафе. Відмінною рисою стане контент, який поза мережею можна отримати лише за гроші. Інформація буде розподілена на 6 блоків: новини, розваги, здоров'я, бізнес та кар'єра, регіональні новини та розділ про Starbucks. Керівництво не приховує, що подібний крок дозволить не лише по-новому спілкуватись зі споживачами та розповсюджувати досвід та філософію Starbucks, але і збільшити час, який проводять відвідувачі у кав'ярнях.

Соціальна медіа-стратегія Starbucks інтегрує багато різноманітних елементів. Об'єднані всі разом, вони чудово спрацьовують: мільйони шанувальників бренду в Інтернеті це підтверджують. Компанія зуміла створити цифровий діалог зі своїми клієнтами. Генеральний директор Starbucks Говард Шульц (Howard Schultz) говорить: «Зараз уже стало очевидно, що довіру споживача неможливо завоювати за допомогою традиційного маркетингу. Цього можна досягти через інтеграцію у соціальні та цифрові медіа. Фактично ми маємо справу з наукою та мистецтвом, коли намагаємось зрозуміти, яким саме чином слід це робити».

Література

1. Starbucks и социальные сети – в чем секрет успеха? - <http://thenextweb.com/ru/2010/10/05/starbucks-i-socialnye-seti-v-chem-sekret->
2. Формула успеха Starbucks в социальных медиа. - <http://www.erstmedia.ru/blog/2010/01/formula-uspeha-starbucks-v-socialnykh>
3. Социальная сеть со вкусом Starbucks. - <http://webcrunch.ru/news/2010/08/18/social-starbucks/>
4. Соціальні мережі увійшли в моду. - <http://news.finance.ua/ua/~2/90/all/2010/09/18/209565>

*Копійка Д.**

КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УМОВАХ АСИМЕТРІЇ ГЛОБАЛЬНОГО РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Сучасний міжнародний бізнес є складною, багаторівневою, субординованою, інституційно-функціональною системою, елементи якої тісно взаємодіють. Етап глобалізації характеризується розгортанням науково-технічної й технологічної революції, широко-масштабним використанням новітніх технологій у міжнародному бізнесі, діалектично суперечливим поєднанням конкуренції та співробітництва, розвитком інтеграційних процесів, перетворенням ТНК на глобальних акторів міжнародного бізнесу, ускладненням взаємозв'язків і взаємодії між структурними елементами системи міжнародного бізнесу, динамічними змінами в його внутрішньому й зовнішньому середовищі. Все означене призводить до асиметрії глобального розвитку світового господарства і, відповідно до формування нових умов ведення міжнародного бізнесу, трансформації кількісних та якісних змін не лише у формах і видах бізнесу, але й у його організаційних структурах.

За останні два десятиліття технологічний прогрес зробив величезний внесок у розвиток маркетингових комунікацій. Пейджері, стільникові телефони, комп'ютерні мережі і супутникове телебачення значно поліпшили зв'язок з найдальшими куточками світу. Крім цих технічних досягнень подальше спрощення доступу до Інтернету і самої процедури його використання дозволяє здійснювати маркетингові комунікації в будь-якій точці земної кулі 24 години на добу. Всесвітня комп'ютерна мережа і комерційні послуги в режимі «он-лайн» (наприклад, компанії America Online) пропонують приватним особам, організаціям і компаніям нові способи взаємодії і ведення бізнесу з клієнтами всіх країн світу. Завдяки Інтернету і відкритості економік будь-які компанії тепер можуть конкурувати один з одним на будь-якому ринку. Проте, популярність Інтернету створює безліч нових проблем у сфері організації маркетингових комунікацій. По-перше, у міру того як люди проводять все більше часу за комп'ютерами, вони рідше дивляться телевізор, менше читають пресу і скорочують використання інших форм проведення дозвілля, які передбачають використання традиційних каналів розповсюдження маркетингових комунікацій. По-друге, вартість організації власного сайту в Інтернеті може виявитися надзвичайно високою. По-третє, виникає проблема, пов'язана із захистом приватного життя громадян. Адже у міру зростання числа операцій в режимі «он-лайн» споживачам буде потрібно гарантії того, що номери їх кредитних карток і деякі відомості особистого характеру будуть надійно захищені від несанкціонованого використання.

Сучасному етапу притаманна також висока роль знань як умова розвитку міжнародного бізнесу. Знання й уміння їх використовувати здатні ввести підприємство до складу еліти міжнародного бізнесу, в той порівняно незначний сегмент корпорацій, які, спираючись на поєднання можливостей комп'ютеризації, телекомунікацій і фінансових ринків й управляючи цією тріадою завдяки високій компетентності персоналу, досягають максимуму ефективності та віддачі на вкладені ресурси.

* студентка 6 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Мазуренко В.П.

За цих умов ефективно використання новітніх комунікацій набуває пріоритетного значення для підприємства, оскільки сприяє збільшенню прибутковості і обсягу продажу, розширенню знань споживачів про товар, закріпленню на конкретному сегменті ринку та реалізації довгострокових програм розвитку підприємства.

Таким чином, можливо зробити висновок, що комунікації пов'язують в єдине ціле всі елементи системи управління підприємства і виступають інтегруючим фактором, що органічно поєднує функції та методи управління, сприяє розробці та прийняттю оптимальних управлінських рішень і, в кінцевому рахунку, забезпечує ефективність менеджменту організації.

Комунікації в маркетинговій діяльності здійснюються в різних видах і формах, дослідження яких дозволяє визначити способи підвищення їхньої ефективності. Основними, традиційними, інструментами маркетингових комунікацій слугують реклама, персональні продажі, комплекс стимулювання збуту, пропаганда, «паблік рилейшнз», які є складовими частинами комплексу маркетингових комунікацій (КМК).

Об'єднання різних інструментів МК зумовлює створення ефекту синергії, коли одночасне застосування маркетингових інструментів дає змогу отримати більший економічний ефект, ніж за окремого їх використання.

Кінцевою метою застосування комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій є створення, виведення на ринок, позиціонування та активна підтримка власного іміджу підприємства – його бренду. В той же час інструментарій та цілі брендингу виходять далеко за рамки системи маркетингових комунікацій і включають також елементи товарної політики, стратегії у сфері ціноутворення і рішення у сфері збуту. Так само, як і PR, брендинг не поглинається повністю тільки системою маркетингових комунікацій, але й навіть не всією системою маркетингу. Брендинг варто розглядати в якості управлінської технології, включаючи елементи як маркетингу, так і менеджменту. Комунікаційна технологія брендингу направлена не тільки на зовнішню цільову аудиторію, а й на внутрішню.

Якщо розглядати брендинг з точки зору маркетингових технологій, то він є одним з типів маркетингових технологій, направлений на створення бренду і управління ним. В умовах зростання ролі нецінових форм конкуренції, бурхливого розвитку інформаційних технологій ключовим фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємств як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку стає дієва система маркетингових комунікацій. Вона представляє собою складний та динамічний процес, який характеризується збільшенням застосування різноманітних комунікаційних засобів, появою нових інструментів інформаційного впливу. Запорукою успіху підприємства на ринку стає його компетенція оптимально організувати взаємодію багатьох елементів даної системи, визначити найбільш дієві та ефективні види маркетингових комунікацій і вміння ефективно управляти ними.

*Левківський О.**

ЗОВНІШНІ КРЕДИТИ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ЯК ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Важливим чинником розвитку інноваційної економіки є кредити, і в першу чергу це стосується зовнішніх кредитів міжнародних фінансових організацій. Зовнішні кредити є особливо актуальними для інноваційного потенціалу України, фінансові ресурси якої обмежені.

Кредити міжнародних фінансових організацій надаються державі з цільовим призначенням: для проведення структурних перетворень і формування валютних резервів (кредити МВФ), підтримки бюджету і проблемних галузей (Світовий банк), кредитування малого та середнього бізнесу (ЄБРР).

Одним з основних партнерів у проведенні ринкових економічних реформ і найбільших кредиторів України залишається Світовий банк.

Так, починаючи з 1992 року, Світовий банк затвердив надання Україні 37 позик загальним обсягом 5,7 мільярда доларів. У той же час, за 17 років Україна ініціювала близько 75 проектів. Тобто 40 проектів, з огляду на суттєві недоліки у роботі української влади, було скасовано на різних стадіях впровадження [1].

Незважаючи на значні обсяги залучених позик Світового банку, вони не мали суттєвого впливу на структурну перебудову вітчизняної економіки, не стали рушійною силою оновлення виробництва і запровадження новітніх технологій.

Лише 13% отриманих коштів Банку мали інвестиційне призначення, решта були спрямовані на фінансування державного бюджету [2].

Але й ефект для вітчизняної економіки від використання навіть цих незначних в масштабі України інвестиційних коштів був низьким. За виключенням загальновідомого проекту «Морський старт», який реалізується із залученням гарантій Світового банку, майже повністю відсутні його вкладення у високотехнологічні галузі економіки України, зокрема машинобудування, приладобудування, авіа- та суднобудування. Недостатньо використовувались можливості підтримки Банком розвитку агропромислового і фінансового секторів, енергетики, інфраструктури.

Використання інвестиційних позик Банку мало переважно споживчий характер. За оцінками експертів, близько 80% позичкових коштів спрямовуються на фінансування поточних видатків та кредитування підприємств і лише близько 20% – на капітальні вкладення.

Не сприяла розвитку української промисловості й дискримінаційна по відношенню до українських постачальників політика закупівель Світового банку. Три чверті використаних Україною коштів інвестиційних позик Банку сплачено іноземним постачальникам, в той час як частка платежів на користь українських підприємств не перевищила 16%. До того ж, близько 7% з цих коштів, або майже 30 млн. дол. США, спрямовано на оплату послуг іноземних консультантів та комісійних Світовому банку [2].

* студент 5 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Мазуренко В.П.

Аналіз платежів українським постачальникам свідчить, що майже всі укладені з ними контракти передбачали постачання сировини та матеріалів. За час співробітництва з Україною Світовим банком не було оплачено жодного контракту на постачання технологічного обладнання вітчизняного виробництва. При цьому більшість з наведених контрактів укладені на незначні суми, які в середньому не перевищували 200 тис. дол. США.

Відсутність стратегічних документів української сторони, тобто офіційної позиції України щодо пріоритетних напрямів залучення позик Світового банку, створила передумови для проведення ним власної політики щодо України, яка, у певних випадках, не враховувала реальні потреби української економіки.

Головними пріоритетами української Стратегії мають стати підтримка інноваційного розвитку економіки, переважне спрямування позик Світового банку на реалізацію інвестиційних проектів у високотехнологічних галузях, розвиток агропромислового і фінансового секторів, інфраструктури.

З метою обмеження боргового навантаження на державний бюджет цей документ має містити прогноз довгострокової потреби, структури і лімітів запозичень у Світового банку з урахуванням необхідності обслуговування та погашення державного боргу.

Іншою важливою проблемою, вирішення якої має передбачати українська Стратегія, є підвищення ефективності і прозорості використання коштів Світового банку.

Зокрема, за період співробітництва з Банком були досягнуті цілі лише третини його інвестиційних проектів в Україні, реалізація яких завершена.

Через регулярне порушення українською стороною умов та графіків реалізації проектів Банк анулював близько 35% наданих Україні інвестиційних позик. Недосконалим є й розрахунково-касове обслуговування проектів Світового банку, яке здійснюється не Державним казначейством України, а іноземними і українськими комерційними банками.

Підготовка української Стратегії може стати першим кроком у розбудові комплексної системи співробітництва України з міжнародними фінансовими організаціями.

Література

1. Кузнецов К. Україна та Світовий банк: десятиліття втрачених можливостей // <http://www.epravda.com.ua/publications/4b349ed57313a/>
2. Трифонов С.В., Столяров В.Ф. Формування стратегії співробітництва України з міжнародними фінансовими організаціями // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №6. – с.137-143.

*Мринська В.**

ІВЕНТ МАРКЕТИНГ

Будь-яка маркетингова стратегія компанії будується із цілком стандартного набору інструментів: масова реклама в ЗМІ, участь і організація заходів, спонсорство, PR підтримка і т.д. Але навколишня дійсність міняється з кожним днем, конкуренти придумують нові нестандартні ходи, а потенційний споживач стає усе більш витонченим у своїх пристрастях і перестає реагувати на пряму рекламу як таку [1].

Сучасне суспільство характеризується двома основними аспектами: масове виробництво і масове споживання. Відповідно, для забезпечення масового споживання своєї продукції, багато виробників вдаються до допомоги масової реклами, що дає низьку вартість контакту з потенційною аудиторією. Але так роблять абсолютно всі, і споживач перестає чути подібні повідомлення через нескінченні розміри того інформаційного потоку, в який перетворюються всі рекламні посилання, що транслюються в пресі, радіо та на телебаченні [1].

В основі івент маркетингу лежить подія - реальна чи вигадана, організована спеціально для конкретної компанії чи торгової марки. Саме у зв'язку з подією розглядається програма, яка повинна привести компанію до бажаного маркетингового результату.

Події, які беруться за основу і становлять сюжетну основу маркетингового заходу, можуть мати різний характер:

- Діловий (зустрічі на вищому рівні, конференції, конгреси, виставки),
- Навчальний (тренінги, семінари),
- Спортивний (змагання, турніри, конкурси),
- Розважальний (концерти, шоу) [2].

Вирішити, яку саме подію потрібно для просування конкретного продукту або компанії, можна виходячи насамперед з інформації про цільову аудиторію і «території бренду».

Важливо зазначити також переваги просування товару або послуги за допомогою івент маркетингу:

1. Сприйнятливність цільової аудиторії підвищена.
2. Можливо найбільш вигідне поєднання засобів реклами, PR і BTL.
3. Легко використовувати бренд «розкрученої» події.
4. Кампанія, заснована на івент маркетингу, має «довгограючий ефект», оскільки починається задовго до події в анонсах, афішах, запрошеннях, прес-конференціях і продовжується у наступних підсумкових виступах, гастрольних поїздках і, звичайно, публікаціях у ЗМІ.
5. Аудиторія, яка безпосередньо бере участь у події, може розглядатися як величезна фокус група, на якій проводиться апробація пропозицій компаній.
6. Подія є приводом, що дозволяє налагодити необхідний контакт з журналістами.
7. Можна організовувати прямі продажі товару, логічно «прив'язуючи» їх до проведених заходів.

* студентка 5 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Ступницький О.І.

8. Висока креативність і гнучкість, закладені в івент маркетингу, дозволяють вибудувати оригінальні програми для компаній різних сфер діяльності та різних фінансових можливостей.

9. Компанії-учасники можуть консолідуватися в рамках однієї події і однієї цільової аудиторії, що істотно знижує витрати кожної окремо [3].

Основна відмінність між івент-маркетингом і шоу-маркетингом - це той факт, що організацією подій івент-маркетингу займаються фахівці в області маркетингу, спеціалізовані агентства. А організацією заходів шоу-маркетингу займаються люди, задіяні в шоу-бізнесі, агентства з організації концертних заходів, тобто особи, які не настільки поглиблено вивчають маркетинг.

Подібність же івент-маркетингу і шоу-маркетингу в тому, що це глибокий емоційний вплив на підсвідомість, який здійснюється на велику групу людей одночасно. Якщо шоу побудовано грамотно і професійно - можливе управління враженнями та емоціями людей. Адже головна їхня мета - це запам'ятовування бренду, який просувається, його асоціація з чимось дуже приємним і цікавим. Як сказав Хаузер Е.: «Споживачі на тлі вражень краще запам'ятовують інформацію про продукт, краще сприймають те, що виробник пропонує, і роблять вибір більш усвідомлено. Вони вибирають той продукт, який їм імпонує більше - за статусом, за настроєм, за враженням» [4]. На думку Ліндермана М., приємні емоції роблять споживача лояльним до бренду. Пекар В. Заявив, що: «Традиційний маркетинг йде в тінь, у той час як маркетинг, побудований на емоціях - це можливість зміцнити лояльність вже існуючих клієнтів і завоювати нових» [4].

Література

1. Інтернет-ресурс: Кирило Федоров / www.one-idol.com / «Що таке івент-маркетинг і навіщо він потрібен?».
2. Інтернет-ресурс:Зябліна Я. / Запам'ятовування емоцій / <http://www.top-manager.ru>
3. Інтернет-ресурс: Ірина Шаповалова / «Що таке івент-маркетинг?» / Www.eventmarket.ru
4. Інтернет-ресурс: Наталя Грищук / Маркетинг вражень від А до Я / Матеріали міжнародної конференції «Маркетинг вражень: потенціал, перспективність, практика» / <http://mmr.net.ua>

*Хасцька І.**

ЄВРООБЛІГАЦІЇ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАЛУЧЕННЯ КАПІТАЛУ УКРАЇНСЬКИМИ КОМПАНІЯМИ

Після світової фінансово-економічної кризи українські компанії поступово починають повертатись до передкризового рівня. На даному етапі вони стикаються з проблемою залучення позичкового капіталу для розвитку бізнесу. Саме тому, виникає необхідність пошуку та формування оптимальних підходів щодо фінансування проектів з метою активізації інвестиційного ринку та ділової активності підприємства.

Оскільки вітчизняні підприємства обмежені у власних грошових джерелах фінансування розвитку бізнесу, а внутрішні займи дорогі, залучати позичкові кошти доводиться на міжнародному ринку капіталу. Після президентських виборів, певної політичної стабілізації в Україні і покращення ситуації на глобальному ринку капіталів серед інвесторів поступово виникає інтерес до українського бізнесу, з'являються нові стратегічні та фінансові інвестори.

На даному етапі оптимальними методами залучення коштів для розвитку бізнесу в Україні є М&А, IPO та єврооблігації. Незважаючи на те, що рейтинг України покращився і країна розмістила єврооблігації на досить вигідних умовах, великого оптимізму щодо залучення інвестицій в українські компанії не спостерігається. Це пов'язано з нестабільною ситуацією на фондовому ринку, обмеженими розмірами та можливостями залучення грошей з публічного ринку та неготовністю самих компаній до масштабного кроку – виходу на глобальний ринок капіталу. Тим не менше, прогнозується, що українські компанії до кінця 2010 року через боргові інструменти, а саме єврооблігації, залучать від 500млн. до 1 млрд. дол. До таких відносяться середні та великі компанії, які готуються до випуску єврооблігацій.

Найнадійнішими серед українських компаній-емітентів, що випустили єврооблігації, вважають папери Київстар, Азовсталь, Укрексімбанк, енергетичної групи ДТЕК, Метінвест холдинг та Миронівських хлібопродуктів. Київстар – найнадійніший з корпоративних емітентів, оскільки відсоткова ставка за єврооблігаціями компанії суттєво нижча за середньо ринкову. Купонний дохід за єврооблігаціями Київстар з погашенням у 2012 році становить лише 7,75%, на вторинному ринку папери торгуються практично без дисконту – за ціною 97% від номіналу.

Четвертий квартал 2010 року відрізняється особливою активністю українських компаній на ринку єврооблігацій та високим попитом з боку інвесторів. Стимулом цього стало присвоєння рейтингу «В» компанією Fitch українським євробондам, що були випущені 16 вересня обсягом 500млн. дол. на термін 5 років зі ставком 6,875 та десятирічних документів на 1,5 млрд. дол. за ставкою 7,775. Спостерігається негативна динаміка CDS на єврооблігації України. Котирування CDS опустились до мінімуму за 2010 рік. За даними EPFR Global з початку 2010 року в фонди облігацій emerging markets залучили 11.6 млрд. дол. і Україна є однією з небагатьох країн на якій можна отримати хороший прибуток.

* студентка 5 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Ступницький О.І.

Зважаючи на позитивні тенденції на ринку євробондів та підвищення інтересу іноземних інвесторів до українських компаній в наступному році очікується позитивна динаміка залучення коштів на глобальному ринку капіталів. Так Укрексімбанк розмістив бонди на суму 500 млрд. дол. без проведення повноцінного road-show, попит перевищив пропозицію у 8 разів, допомогло банку залучити кошти на 0,125 п.п. дешевше запланованого рівня, під 8,375%. А уже у жовтні 2010р. банку провів до розміщення п'ятирічних єврооблігацій на суму 250 млн. дол. з дохідністю 7,5%. Випуск отримав рейтинг «В» від Fitch. Загалом банківський сектор очікує підвищення активності, агентство «Moody`s» підняв рейтинг 14 українських банків до рівня стабільний.

Загальні витрати на випуск євробондів досягають 1,5млн. дол. – тому залучення капіталу за допомогою євро бондів може дозволити собі лише велика компанія чи банк. При цьому майбутньому емітенту необхідно провести аудит своєї фінансової звітності щонайменше за один рік, зустрітись з потенційними покупцями євробондів, реструктурувати бізнес-зробити його юридично прозорішим. Також компанія має отримати кредитний рейтинг від однієї з всесвітньовідомих рейтингових агенцій. Дефолт за єврооблігаціями-надзвичайний захід емітента, оскільки компанія в такий спосіб фактично перекреслює свою кредитну історію.

Основними ризиками інвестора при покупці євробондів є: дисконт на вторинному ринку капіталу та викуп єврооблігацій афілійованою компанією. Яскравим прикладом являються євро бонди Інтерпайпу. Восени 2008 року корпорація заявила про достроковий викуп цінних паперів за ціною 47% номіналу. Бонди викупувала не сама українська компанія, а афілійована з нею Millen Financial Limited. Афілійована компанія Millen, яка є найбільшим власником паперів Інтерпайпу, може схвалити простим голосуванням будь-які відстрочки платежів за паперами, зміну відсотків за ними та ін. (ковенант). У результаті викупу єврооблігацій Інтерпайпу афілійованою з нею компанією іноземні інвестори, які придбали бонди українські корпорації за ціною номіналу, втратили більш ніж половину своїх вкладень.

Мінімальна сума інвестицій в євробонди у період кризи – 30 тис. дол. Номінал однієї єврооблігації зазвичай становить 100 тис. дол. або євро, однак зараз бонди можна купити з дисконтом до 70% номіналу (за 30 тис. дол.)

Отже, ринок єврооблігацій почав зростати з початку 2010 року та слугує «дешевим» механізмом залучення капіталу для українського середнього та великого бізнесу. За прогнозами передових агентств в 2011 році рейтинг провідних компаній покращиться і корпоративний сектор залучить 2,2 млрд. дол.

Література

1. В'ячеслав Мироненко, «ІРО хондрія», Інвест газета №42, ст.34-37.
2. Ірина Чернявська, «Готовність №1», Інвест газета №39, ст. 22-23.
3. Сергій Фурса, «Єврооблігації України:американські гірки в темному тунелі», Дзеркало тижня №8 (788), <http://www.dt.ua/2000/2040/68667/>

Гуменюк Я.*

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСІВ ЗЛИТТІВ І ПОГЛИНАНЬ У СУЧАСНОМУ МБ

Злиття і поглинання (англ. «mergers and acquisitions» або «takeovers») — англomовний термін, який використовується в Україні для позначення правочинів, в результаті яких:

1) існуючий власник контрольного пакету акцій публічного або приватного акціонерного товариства відчужує на погоджених умовах належний йому контрольний пакет іншій особі (*приватному покупцю*),

2) відбувається скупівля особою (*ініціатором поглинання*) у міноритарних акціонерів публічного або приватного акціонерного товариства належних ним акцій з метою концентрації ініціатором поглинання контролю над товариством,

3) відбувається об'єднання активів декількох компаній з метою створення нової компанії.

До правочинів з акціями застосовуються спеціальні регуляторні вимоги, визначені Законом «Про акціонерні товариства», зокрема:

1) вимога до приватного покупця або ініціатора поглинання про публічне оголошення про їх намір придбати акції акціонерного товариства з метою концентрації контролю над товариством,

2) вимога про *обов'язковий викуп* приватним покупцем акцій міноритарних акціонерів товариства якщо в результаті приватної угоди відбувається перехід права власності на контрольний пакет акцій товариства від існуючого мажоритарного акціонера до приватного покупця, і

3) вимога про *обов'язковий викуп* ініціатором поглинання акцій міноритарних акціонерів у разі концентрації ним - під час скупівлі акцій у дрібних акціонерів - контрольного пакету акцій товариства.

За своїм економічним і історичним змістом особливі правила поглинань повинні застосовуватись лише у тому разі, якщо:

1) у компанії є значна кількість акціонерів і

2) не існує жодних обмежень щодо права акціонерів продати належні їм акції компанії, які, як правило, допущені до торгів на фондових біржах.

Так, відповідно до Директиви ЄС «Про пропозиції про поглинання», її вимоги застосовуються лише до тих товариств, чії акції допущені до торгів на європейських фондових біржах. Кодекс Сіті поширюється на більше коло товариств — під його дію підпадають усі публічні товариства (перш за все ті, які допущені до торгів на біржі і на альтернативному майданчику біржі), а також ті приватні компанії, акції яких протягом останніх десяти років торгувались на біржах або пропонувались до продажу необмеженій кількості осіб. Приватні компанії включені для того, щоб не допустити ухилення від норм Кодексу шляхом делістингу компаній з котирувальних листів бірж.

Правила поглинань не застосовуються до приватних компаній, в першу чергу компаній із невеликою кількістю акціонерів, а також великих компаній, чії акції не знаходяться

* студент 4 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Голубій І.Є.

у вільному обігу. Також правила поглинань не застосовуються до переходу права власності на контрольний пакет акцій під час:

- внутрішньогрупових транзакцій (наприклад, якщо контролер вирішує передати належний йому контрольний пакет акцій іншій підконтрольній йому компанії),
- розділу майна подружжя або в порядку наслідування,
- придбання акцій в результаті здійснення акціонером переважного права на придбання акцій додаткової емісії.

Ініціатор поглинання або приватний покупець зобов'язані здійснювати публічне оголошення про свій намір придбати акції акціонерного товариства (приватного або публічного), якщо їх метою є одноразова купівля або поступова концентрація (наприклад, шляхом укладання серії угод із дрібними акціонерами) 10 і більше відсотків акцій товариства - так званого *значного пакету*. Публічному розкриттю підлягає інформація про кількість акцій, що плануються купити, а також інформація про те, чи є майбутній покупець акціонером товариства на момент здійснення оголошення. Якщо він є акціонером, то він повинен розкрити інформацію про кількість належних йому акцій. Інформація про ціну, за якою планується купити акції, не розголошується.

Публічне оголошення про намір купити акції має лише один юридично значимий наслідок: протягом 30 днів з моменту публікації менеджмент компанії не має права перешкоджати завершенню правочину купівлі-продажу. Особа, яка здійснила публічне оголошення, може відмовитись, не повідомляючи про це, від свого наміру купити акції, а також може купити меншу кількість акцій, ніж розголошено. Отже, ухилення від здійснення публікації також має лише один юридично значимий наслідок: ініціатор поглинання або приватний покупець не можуть вимагати від менеджменту акціонерного товариства не чинити перешкод для купівлі акцій.

Закон не визначає коло заборонених перешкод, а також не дає навіть приблизного їх переліку. У світовій практиці під перешкодами розуміються корпоративні рішення, які за відсутності публічної оферти вважалися би цілком законними. До таких рішень, наприклад, відносяться не погоджене з акціонерами рішення правління або наглядової ради про:

- додаткову емісію акцій,
- відчуження значних активів компанії,
- виплату дивідендів,
- укладання компанією нестандартних для звичайної господарської діяльності компанії контрактів.

Отже, якщо у звичайній ситуації для прийняття вищенаведених рішень згода акціонерів була би не потрібна, після оголошення публічної оферти отримання згоди стає обов'язковим і вчинення цих дій без згоди акціонерів вважається перешкодою у здійсненні оферти. В Україні перші три випадки (емісія акцій, відчуження активів і виплата дивідендів) у будь-якому разі вимагають дозволу акціонерів. Четвертий випадок становить різновид оціночних понять, використання яких для цілей нормативного регулювання в Україні позбавлено сенсу через відсутність судів, здатних адекватно застосувати їх при вирішенні спорів. Отже, у чому полягає мета публічного оголошення? Існує думка, що воно є «одним із способів захисту акціонерного товариства від рейдерських нападів», тобто насправді розраховано не на захист інтересів ініціатора поглинання (як в Росії або у країнах ЄС), а на захист інтересів менеджменту від недружнього або навіть незаконного поглинання. Втім, викликає сумнів, що позбавлена очевидної санкції за невиконання норма здатна спричинити стримуючий ефект на рейдера. Натомість невизначеність із наслідками вчинення правочину без попереднього публічного повідомлення може внести свій негативний внесок у стагнацію ринку M&A в Україні.

Домінова М.*

ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНІ ПАРТНЕРСТВА В КРАЇНАХ ЦЕНТРАЛЬНОЇ ТА СХІДНОЇ ЄВРОПИ

Сьогодні у Центральній та Східній Європа рівень інвестицій в проекти, направлені на модернізацію соціальної інфраструктури регіону, набирає галопуючих темпів. Великий обсяг фінансових ресурсів Європейського Союзу інвестується у публічний сектор. Виходячи з досвіду розвиненого Західного регіону, для підтримки цих проектів будуть використовуватися національні бюджети в поєднанні з приватним капіталом, в основному за допомогою створення структур публічно-приватного партнерства (ППП).

Результати досліджень провідних світових компаній Великої Четвірки свідчать про те, що потреби на інвестування в цих країнах оцінюються у більше ніж €500 млрд. Близько третьої частини цих вкладів потрібно для оновлення та підтримки вже існуючої системи водопостачання. 22% від загальної кількості проектів відносяться до енергетичної галузі, що обумовлено необхідністю будівництва електростанцій внаслідок підвищення попиту на електроенергію. Ще 14% інвестицій націлені на проекти захисту навколишнього середовища, в тому числі проекти по використанню альтернативних джерел енергії, що оцінюються у € 80 млрд., розвиток системи транспортного сполучення, зокрема модернізація вже існуючих залізничних шляхів [2].

Значною перевагою розвитку PPP у країнах Центральної та Східної Європи є те, що сучасна «кредитна криза» для нього не є актуальною. Причина полягає в тому, що у регіоні рівень використання фінансових посередників значно низький порівняно з країнами Західної Європи та США, і власне банки готові надавати довгострокові кредити для проектів PPP під прикриттям надійних державних гарантій. З 2008 року в регіоні профінансовано 60 таких проектів, лідером цього показника є Угорщина, пріоритетом якої є сфера транспорту [3].

Так само, як і в Західній Європі, транспортна галузь є найбільш пріоритетною ціллю для PPP проектів у регіоні. Європейський чемпіонат по футболу, проведення якого планується у 2012 році в Польщі та в Україні, є ще одним стимулом для інвестування у всю систему транспортного сполучення, включаючи автошляхи, залізничні, авіасполучення, а також проекти швидкісних трамваїв.

- сягає менше 90% середньостатистичного показника ЄС.

Участь приватного капіталу у розбудові державної інфраструктури є явищем новим у регіоні і часто його плутають з процесами приватизації національних активів. Але PPP вимагає присутності держави не лише на початковому етапі реалізації проекту, а й прийняття повної її участі до досягнення поставленої цілі. Те, що потрібне сьогодні країнам Центральної та Східної Європи, а особливо Україні у підготовці до Євро 2012, це прийняття законодавства, яке б чітко регулювало усю діяльність PPP. Хоча деякі країни активно ведуть практику PPP і без регулюючих таке партнерство норм і правил [1]. Наприклад, у Словаччині ведуться розбудови автомобільного сполучення у рамках існуючого законодавства, а у Польщі, не дивлячись закон про PPP, проекти були впроваджені згідно зі звичайним законом. Але аналізуючи нестабільні політичні та економічні

* студентка 4 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ситуації у світі, а особливо в нашій країні, слід зазначити, що впровадження відповідних, а головне - чітких законів щодо регулювання ППП забезпечить інвесторам гарантії і зробить цю форму співробітництва більш привабливою [4].

Отже, інвестування в інфраструктуру регіону Центральної і Східної Європи надає різноманіття можливостей для будівельних компаній та розробників. Постійний ріст обсягу проектів, що здійснюються через схеми приватно-публічного партнерства та вдосконалення державної політики закладають основу інвестиційної привабливості для міжнародних компаній. Головне - ретельний вибір проектів та інвестування у виграшні стратегії за умов достатніх обсягів грошей та часу.

Література

1. Закон України про «Про оренду державного та комунального майна» від 09.09.2010
2. Звіт компанії PriceWaterhouseCoopers «Building New Europe's Infrastructure: Public Private Partnerships in Central and Eastern Europe», 2010р
3. Матеріали тренінгової програми «Публічно-приватні партнерства» при Національній академії державного управління при Президентіві України, 2009р
4. Уайт, Едвард, Дезілець, Брайан, Посібник з Публічно-приватних партнерств [наук. ред. Маслюківська О.П.]. – К.: ТОВ «Діалог-Київ», 2009. – 87 с.

Кольба І.*

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК НОВІТНЄ ЯВИЩЕ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ

Соціальний підприємець – той, хто знаходить інноваційне та прибуткове рішення соціальної проблеми. Терміни «соціальний підприємець» та «соціальне підприємництво» вперше з'являються у середині 60-х рр. та набувають поширення на початку 90-х завдяки Білу Драйтону, засновнику організації Ашока. Нове покоління філантропів було помічено вже у 2006 році, коли щотижневик *The Economist* констатував зародження так званого філантрокапіталізму. Лише у кінці ХХ ст. створюється більше 60 організацій для підтримки розвитку соціального підприємництва у всьому світі, включно зі створенням спеціалізованих дослідницьких центрів у бізнес-школах, до яких у ХХІ ст. долучилися Оксфорд та Кембридж.

Серед найуспішніших соціальних підприємців - Мухаммад Юнус, який заснував банк мікрофінансів Грамен, і отримав Нобелівську премію миру; Венді Коп, засновник «Вчитель для Америки» – програми, завдяки якій тисячі випускників американських університетів почали викладати в школах з нестатком кваліфікованих кадрів.

Соціальне підприємництво отримує все більше визнання від урядів розвинутих країн. У липні 2010 на фінансування проектів соціального підприємництва у США, об'єднаних в організацію «Фонд соціальних інновацій» виділено 124 млн. доларів: «Робочі місця на майбутнє», 7,7 млн. на 2 роки – надання базових навичок малозабезпеченим; «Новий прибуток», 5 млн. на 1 рік – проект допомоги малозабезпеченим школярам у вступі до коледжів тощо.

Подібна ініціатива започаткована дещо пізніше прем'єром Великобританії. «Банк Великого суспільства» виконує аналогічні функції, спираючись на фінансування з бюджету та кошти приватних інвесторів.

Постає питання, що окрім величної ідеї може привабити інвесторів?

На фондовому ринку виникає новий фінансовий інструмент: *social impact bond* – дериватив, що походить від показників успішності неприбуткової організації, яка вирішує складну суспільну проблему.

Інструмент працює за такою схемою: приватні інвестори передають кошти обраним організаціям, завдяки чому останні фінансують свої суспільно-корисні проекти – наприклад, вищезгаданий «Робочі місця на майбутнє», суть якого полягає у перекваліфікації або надання необхідних навичок малозабезпеченому населенню. На наступному етапі, залежно від рівня покращення суспільної проблеми – за прикладом, рівень працевлаштування у малозабезпеченому прошарку суспільства – держава сплачуватиме приватним інвесторам певну відсоткову ставку *social impact bond*, або не сплачуватиме нічого, якщо результату не досягнуто.

Перевагами такого інструменту для суспільства в цілому є: довгострокове фінансування соціальних проектів, перенесення ризиків на ринки капіталу, гроші платників податку йдуть лише на вирішення соціальних проблем. Фактично, соціальне

* студентка 4 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Ступницький О.І.

підприємництво оперує свого роду венчурним капіталом, який окрім приватних інвесторів надають світові банки-лідери Deutsche Bank, Citibank, ICICI Bank тощо.

Можна виділити окремий ринок, що сформувався впродовж останніх років зокрема у Великобританії, на якому діють такі «соціально-свідомі» фінансові інструменти, що декілька років тому отримав назву «SoCap» – Social Capital Market. Капітал, що оперує на даному ринку, має властивість «витривалості» – *patient capital*, – а саме довший термін віддачі, більш схильний до ризику та з пріоритетністю соціальних, а не фінансових цілей. Середній термін віддачі становить від 5 до 7 років.

Цікаво, що у країнах СНД соціальне підприємництво набуло досить значного поширення. У 2004 під проводом активіста та борця за права людини Тері Холмана було започатковано проект репатріації кримських татар. Британська рада в Україні проводить курс-тренінг соціального підприємництва, залучаючи місцевих підприємців та недержавні організації. Діючі соціальні підприємства налічують близько 700, завдяки чому функціонують спеціальні фабрики з пошиву одягу для малозабезпечених, знаходять робочі місця для малозабезпечених з низьким рівнем кваліфікації тощо.

Отже, сучасний стан світової економіки є надзвичайно сприятливим для поширення соціального підприємництва. Прогнозований ріст відкриває нові можливості як і для індивідуальних підприємців, так і для організацій та держав. Особливого значення набувають нові ринки та фінансові інструменти, механізм дії яких потребує подальшого вивчення та запровадження на державному рівні.

*Коретнюк Ю.**

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Розвиток Інтернету і його соціальних функцій призвело до того, що соціальні медіа (SMM - Social Media Marketing) стали тим каналом взаємодії зі споживачем, який компанії не можуть ігнорувати. Проте робота з даним медіа суттєво відрізняється від роботи з традиційними медіа, що повинні компанії враховувати у своїй маркетинговій діяльності.

За умов глобальної конкуренції більшість суб'єктів ринкової діяльності намагаються виокремити свою цільову аудиторію, залучити її і як наслідок досягти своїх бізнес-цілей. І відповідно, чим коректніше були визначені дані цілі, тим адекватніше буде система оцінки ефективності їх досягнення.

У аналізі рекламної діяльності найважливіше місце посідає показник ROI (Return on Investments). У класичному розумінні він може бути вирахований за наступною формулою:

$$\text{ROI} = (\text{кінцевий дохід} - \text{початковий капітал}) / \text{початковий капітал}$$

Отриманий показник допомагає зрозуміти на скільки збільшився рівень продажу товарів чи послуг після проведення рекламної кампанії чи певної маркетингової діяльності.

Оскільки кінцевий дохід не завжди може бути вирахованим через специфіку використання соціальних медіа, ця формула втрачає свій зміст для SMM.

Більшість українських діджитал-агентств пропонують своїм Клієнтам використовувати такий показник, як AIDA для визначення ефективності маркетингової діяльності у соціальних медіа:

Attention (увага) розраховується виходячи із кількості контактів, які зайшли на корпоративний Інтернет-сайт, стали шанувальниками бізнес-акаунтів у соціальних медіа, або підписалися на розсилку новин від компанії.

Interest (зацікавленість) розраховується виходячи із кількості позитивних та негативних відгуків щодо конкретного підприємства, які з'являються у соціальних медіа та у мережі Інтернет в цілому.

Desire (вплив) розраховується виходячи із рівня розповсюдження інформаційних повідомлень, які з'являються на корпоративному сайті та бізнес-акаунтах підприємства.

Action (дія) розраховується виходячи із кількості коментарів та відповідей на інформаційні повідомлення в соціальних медіа.

Очевидно, що така схема не допоможе визначити на скільки збільшився рівень продажу послуг чи товарів після початку використання інструментарію соціальних медіа. AIDA може бути одним із показником у комплексному аналізі ROI для SMM, проте, як окремий інструмент, не надає повного відображення стану речей.

Для визначення ROI для SMM необхідно чітко усвідомлювати весь процес руху коштів - від затвердження кошторису на проведення маркетингової діяльності в соціальних медіа до повернення залучених коштів у вигляді покупок кінцевим споживачем. Умовно цей процес можна розділити на 5 етапів:

* студент 4 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Мазуренко В. П.

1) Залучення інвестицій на проведення маркетингової діяльності у соціальних медіа; 2) Початок роботи із соціальними медіа, що полягає у створенні бізнес-акаунтів, розміщенні інформаційних повідомлень тощо; 3) Реакція споживачів на інформаційні повідомлення в соціальних медіа; 4) Нефінансові наслідки; 5) Прибуток.

Отже, у моделі AIDA відображаються нефінансові наслідки (кількість шанувальників у соціальних медіа, кількість переходів на Інтернет-сайт, кількість згадувань про бренд в соціальних медіа тощо) в той час, як «інвесторам» було б доцільніше зрозуміти який саме прибуток вони отримали, вклавши кошти у роботу з соціальними медіа.

Отже, нефінансові наслідки - це можливість отримати прибуток, а ROI - це вчасне використання цих можливостей.

У сучасних реаліях було б більш доцільно використовувати наступну схему розрахунку ROI для SMM, яка спирається на покроковому виконанню наступних дій:

Крок 1. Встановивши Year-over-Year (дати відліку) у майбутньому ми зможемо побачити динаміку змін показників після початку використання соціальних медіа.

Крок 2. Необхідно чітко занотовувати усі події, які відбувалися у житті компанії. При цьому важливе значення набувають як пересічні події (участь у конференціях, виставках, BTL-акції), так і події в соціальних медіа (викладення інформаційних повідомлень, розміщення відео тощо).

Крок 3. На цьому етапі необхідно провести загальний аналіз доходів, які отримує підприємство.

Крок 4. На цьому етапі необхідно провести загальний аналіз споживачів продукції (кількість відвідувань магазинів, здійснених покупок, відвідувань Інтернет-сайту тощо).

Крок 5. Необхідно розрахувати показники у моделі F.R.Y., де:

F - це кількість здійснених покупок за період

R - кількість нових споживачів

Y - середня вартість однієї покупки

Крок 6. На цьому етапі необхідно провести аналіз відгуку у соціальних медіа.

Після виконання цих простих кроків необхідно провести cross-checking (аналіз показників у комбінації із іншими показниками), який полягає у порівнянні отриманих результатів для визначення рівні впливу соціальних медіа на рівень продажів підприємства.

*Пінчук І.**

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Малий бізнес здатен в умовах економічної кризи в країні при мінімальному рівні державної підтримки створювати нові робочі місця, зменшуючи соціальну напругу у суспільстві; забезпечувати досить вагому частку бюджетних надходжень у вигляді податків, ризиково розробляти та впроваджувати нові зразки продукції та послуг. Але розвиток малого бізнесу в Україні практично не відбувається.

Малий бізнес - це самостійна, систематична господарська діяльність малих підприємств будь-якої форми власності та громадян-підприємців (фізичних осіб), яка проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку. Практично, це будь-яка діяльність (виробнича, комерційна, фінансова, страхова тощо) зазначених суб'єктів господарювання, що спрямована на реалізацію власного економічного інтересу [1].

На шляху розвитку малого бізнесу постають численні проблеми, обумовлені як об'єктивними факторами загального стану економіки, так і суб'єктивними соціально-психологічними факторами. Головними проблемами є:

- неповнота, неоднозначність і суперечливість чинної нормативно-правової бази;
- невизначеність податкового законодавства щодо малого бізнесу як специфічного сектору економіки, непомірний тягар оподаткування, складна система обліку та звітності;
- відсутність розвиненої ринкової інфраструктури на загальнонаціональному, регіональному та місцевому рівні;
- практична відсутність системи фінансування й кредитування малого бізнесу;
- відсутність внутрішніх стимулів для інвестицій та розвитку технологій;
- відсутність чіткої системи в організації фінансово-економічного співробітництва з міжнародними фінансовими організаціями відносно залучення інвестицій, кредитів, грантів, міжнародної технічної допомоги для розвитку малого підприємництва тощо;
- недостатнє інформаційне та консультативне забезпечення малого підприємництва;
- відсутність чіткої ідеології у проведенні необхідних реформ та системного підходу щодо становлення та розвитку малого бізнесу;
- не сформована позитивна громадська думка щодо підприємницької діяльності;
- недостатність професійних знань та досвіду щодо зайняття бізнесом [2; 3].

Вирішення існуючих проблем розвитку малого підприємництва в Україні, створення відповідного середовища потребують докорінної перебудови державної політики в галузі сприяння малому підприємству. Завдання полягає у тому, щоб суттєво розширити його роль і місце в економічному процесі. Мається на увазі забезпечення протягом найближчих років у структурах зазначеного сектора зайнятості на рівні 25-30% дієздатного населення та виробництва до 25% ВВП. Саме з цього слід виходити при розробці та реалізації заходів щодо підтримки малого підприємництва [4].

По-перше: створення відповідної нормативно-правової бази.

* студентка 4 курсу спеціальності «Міжнародні економічні відносини» Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник проф. Шнирков О.І.

По-друге: вирішення питань щодо організаційного забезпечення малого підприємництва, насамперед:

- розробити та прийняти цільові і регіональні програми розвитку та підтримки малого підприємництва з відповідним фінансовим та організаційним забезпеченням;
- розробити єдину систему реєстрації та легалізації суб'єктів підприємництва;
- удосконалити мережу та підвищити дієвість роботи громадських об'єднань малого підприємництва.

По-третє: формування та розвиток системи фінансової підтримки малого підприємництва.

розробити механізм цільового використання коштів Фонду сприяння зайнятості населення на розвиток малого підприємництва;

- впровадити порядок кредитування малого підприємництва комерційними банками під гарантії бюджетних коштів;
- забезпечити надання малим підприємствам, що підпадають під державні цільові програми підтримки малого підприємництва, державних гарантій, у тому числі у вигляді високо ліквідних державних боргових зобов'язань;
- впровадити віднесення на собівартість витрат, пов'язаних з формуванням страхового фонду (резерву на покриття можливих витрат) при кредитуванні малих підприємств;
- ввести пільгове оподаткування прибутку комерційних банків, одержаного за рахунок кредитування малих підприємств;

По-четверте: інформаційне, консультативне та кадрове забезпечення, насамперед:

- відновити щоквартальну статистичну звітність про діяльність суб'єктів малого підприємництва, використовуючи метод вибіркового обстеження;
- розробити методіку прогнозування розвитку малого підприємництва;
- створити мережу інформаційно-аналітичних центрів малого підприємництва;

Формування державної політики щодо підтримки малого підприємництва, визначення шляхів її реалізації повинно бути не лише «об'єктивною необхідністю» переходу до ринку, а й невід'ємною частиною загальнодержавної доктрини соціально-економічних перетворень в Україні. Це сприятиме формуванню чисельного середнього класу суспільства, який є основою ринкових перетворень та гарантом їх незворотності [5; 6].

Література

1. Вахненко Т. Взаємодія політики державних запозичень і грошово-кредитної політики у забезпеченні розвитку фінансової системи України // Банківська справа. – 2008. – №2.
2. Карпенко Г. В. Кредитна діяльність вітчизняних банків та можливість їх інтеграції до світової фінансової системи // Фінанси України. – 2007. – №2.
3. Крупка М., Скаско О. Тенденції та проблеми формування ринку кредитних послуг в Україні // Вісник Національного банку України. – 2007. – №11.
4. Малярець Л.М., Вовк В.Я. Аналітичний інструментарій діагностики етапів розвитку кризи в діяльності комерційного банку // Галицький економічний вісник. – 2005. – №1.
5. Основні тенденції і проблеми в діяльності банків України // Вісник Національного банку України. – 2004. – № 6.
6. <http://www.cfin.ru>.

Почеп Т.*

СЕК'ЮРИТИЗАЦІЯ БАНКІВСЬКИХ АКТИВІВ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Сек'юритизація – одна з форм залучення боргового фінансування шляхом випуску цінних паперів, забезпечених активами, що генерують стабільні грошові потоки. Передбачає виведення активів із балансу підприємства, банку тощо, та їх рефінансування за допомогою емісії цінних паперів на ринку капіталу.

Основною ідеєю *традиційної сек'юритизації* є правове ізолювання пулу активів з метою їх рефінансування на ринку капіталу виключно на базі рейтингу пулу активів.

Сек'юритизація вважається найважливішою фінансовою інновацією II половини 20-го сторіччя. Перша сек'юритизаційна оборудка була проведена банком Salomon Brothers у 1977 році, в результаті якої було випущено та продано цінні папери, забезпечені пулом іпотечних кредитів. Термін походить від англійського дієслова «to secure».

Механізм сек'юритизації:

1) Позичальники (як правило довгострокова стандартизована іпотека 30-40 років) отримують від банку кредити.

2) Згідно кредитного договору виникає зобов'язання позичальника сплатити основну суму боргу + відсотки. Для банку це є активом (виражена матеріальна вартість + майбутній грошовий потік).

3) Банк формує пул однорідних активів і продає його SPV (special purpose vehicle – структура, яка створюється банком-емітентом з метою списання на її баланс активів та випуску цінних паперів, забезпечених ними), списуючи активи з балансу і позбавляючись необхідності резервування капіталу під кредитні ризики. Права вимоги до позичальників переходять до SPV, якій не потрібно резервувати капітал.

4) SPV емітує структуровані облігації, яким присвоюється рейтинг надійності і які продаються на фондовому ринку.

Традиційно розрізняють наступні види сек'юритизаційних інструментів:

1) **MBS** (mortgage-backed securities) – цінні папери, забезпечені закладними.

2) **CDO** (collateralized debt obligations) – цінні папери, забезпечені пулом з різних типів боргових інструментів.

3) **CMO** (collateralized mortgage obligations) – цінні папери, забезпечені пулом цінних паперів, забезпечених заставними.

4) **CMBS** (commercial mortgage-backed securities) – іпотечні цінні папери, випущені під заставу комерційної нерухомості.

5) **RMBS** (residential mortgage-backed securities) – цінні папери, забезпечені заставою житлових приміщень.

Головним позитивним ефектом від сек'юритизації для банку є можливість позбавитися від тягаря резервування, шляхом списання активів з балансу. Особливо цей ефект підсилюється у разі, якщо такі активи є неякісними, тобто токсичними.

* студентка 4 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Расшивалов Д.П.

Позитивний ефект від сек'юритизації:

- 1) Диверсифікація джерел фінансування шляхом отримання доступу до фондового ринку
- 2) Отримання довгострокового дешевого фінансування (на противагу депозитним вкладом)
- 3) Мобілізація банківськими установами тимчасово вільних в економіці коштів і спрямування їх на кредитування бізнесу
- 4) Заміщення у балансі банків неліквідних довгострокових активів на високоліквідні готівкові кошти
- 5) Нарощення пасивної бази задля створення нових активів

Мінуси сек'юритизації:

- 1) Значні витрати при сек'юритизації
- 2) Ціни розміщення і ринкової вартості цінних паперів залежать від поточної кон'юнктури на фондовому ринку і можуть коливатися у значних межах
- 3) Відсутність відпрацьованої нормативно-правової бази по регулюванню ринку структурованих облігацій та адекватній оцінці іпотечного покриття (причина світової фінансової кризи)
- 4) Зловживання або халатна поведінка посередників на ринку

На фінансових ринках СНД сек'юритизація не є поширеним інструментом. Розвиток цього інструменту гальмується відсутністю законодавчої бази. Усі оборудки по сек'юритизації проводяться через створення SPV у трьох країнах.

Табл.1

| Рік оборудки | Країна | Емітент | Сума оборудки | Об'єкт сек'юритизації | SPV |
|----------------|-----------|-------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------|------------------------------------|
| 2003, листопад | Казахстан | Халик-банк | 100 млн. \$ | Вхідні платежі від банків-кореспондентів США та Європи | Halyk Remittances Company Ltd. |
| 2004 | Росія | Газпром | 1,25 млрд. \$ | Майбутні надходження від продажів природного газу | Відсутня |
| 2004 | Росія | Росбанк | 300 млн. \$ | Майбутні платежі по картам VISA, MasterCard, Maestro | Відсутня |
| 2005, липень | Росія | Банк «Союз» | 49,8 млн. \$ | Пул автокредитів | н/д |
| 2006 | Росія | Банк «Русский стандарт» | н/д | Споживчі кредити | н/д |
| 2006 | Росія | Русские железные дороги | н/д | Лізинг рухомого складу | н/д |
| 2006 | Росія | Внешторгбанк | 88,3 млн. \$ | Пул іпотек | н/д |
| 2006 | Росія | Банк «Совфінтрейд» | 3 млрд. руб. | Пул іпотек | н/д |
| 2007 | Казахстан | БТА «Іпотека» | 150 млн. \$ | Пул іпотек | Kazakh MBS 2007-1 |
| 2007 | Росія | Альфа-Банк | н/д | Диверсифіковані платіжні права | н/д |
| 2007 | Росія | Дельта-Банк | н/д | Пул іпотек (синтетичні CDO) | Coriolanus Limited - Sputnik CDO1 |
| 2007 | Україна | ПриватБанк | 180 млн. \$ | Пул іпотек | Ukraine Mortgage Loan Finance No.1 |
| 2007 | Україна | УкргазБанк | 50 млн. грн. | Пул іпотек | Відсутня |
| 2008 | Україна | ПриватБанк | 104,5 млн. \$ | Пул автокредитів | н/д |
| ВСЬОГО: | | | 2 332,6 млрд. \$ | *** | *** |

Українська практика та перспективи

2005 рік – ЗУ «Про іпотечні облигації»: визначив порядок випуску та покриття структурованих іпотечних облигацій (до цього – закладні, корпоративні облигації, прості іпотечні облигації).

Емітентом структурованих іпотечних облигацій є спеціалізована іпотечна установа, яка несе відповідальність за виконання зобов'язань за такими іпотечними облигаціями лише іпотечним покриттям.

2006 рік – **Положення ДКЦПФР** Про порядок ведення реєстру власників іпотечних облигацій; **Положення ДКЦПФР** Про порядок реєстрації випуску іпотечних облигацій; **Положення ДКЦПФР** Порядок іпотечного покриття.

Для українських банків – це реальна можливість вивести з балансів неліквідні довгострокових активів, позбавляючись необхідності резервувати кошти на коррахунку у НБУ.

Зацікавленість українських банків у класичній сек'юритизації безумовно висока, в першу чергу через можливість оптимізувати розмір регулятивного капіталу.

Чому це потрібно Україні:

1) Структуровані іпотечні облигації (СІО) як технічні цінні папери – цікаві інституційним інвесторам для формального виконання умов достатності капіталу та фінансово-промисловим групам для забезпечення перетікання капіталу всередині структури

2) СІО як інструмент інвестування материнського банку у дочку (альтернатива приватному розміщенню акцій – без зміни структури власників; більші можливості для нарощення кредитно-інвестиційного портфелю за рахунок позбавлення необхідності резервування)

3) СІО як потужний двигун розвитку вітчизняного фондового ринку.

Карп О.*

ІННОВАЦІЯ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Глобалізація, яка стала однією з визначальних характеристик світової економіки кінця ХХ – початку ХХІ століть, поставила перед урядами багатьох країн проблему пошуку нових форм і методів адаптації національного економічного та політико-правового середовища до сучасних вимог здійснення міжнародних економічних відносин. Швидкі зміни чинників, які визначають конкурентоспроможність фірм на світових ринках, динамічний розвиток глобального середовища змушують уряди при формуванні умов економічного зростання і процвітання нації дедалі більш активно звертатися до проблем забезпечення національної конкурентоспроможності у глобальному масштабі. Досвід останніх десятиліть дає змогу зробити деякі висновки щодо змісту основних чинників конкурентоспроможності національної економіки. Серед них:

- ефективна координація та співпраця між транснаціональними корпораціями (ТНК) та країнами, в яких здійснюється їхня діяльність;
- орієнтація державної політики на консолідацію суб'єктів економічних відносин в межах країни;
- моніторинг та визначення урядом критичної межі, за якою збільшення прибутковості окремих суб'єктів всередині країни починає погіршувати умови роботи інших;
- відстеження з боку урядів та передбачення загроз, які виникають внаслідок підвищення відкритості економіко-правового середовища;
- посилення уваги до механізмів інноваційно-промислової політики, покликаних забезпечувати конкурентоспроможність в стратегічній перспективі;
- поширення політики сприяння розвитку «людського капіталу».

Як слідує з викладеного, країни у сучасному світі змушені здійснювати пошук прийнятної моделі економічного розвитку, яка б забезпечувала національну конкурентоспроможність і орієнтувала національну економіку на довгострокове зростання. Невдачі та прорахунки на цьому напрямі призводять до перманентних кризових потрясінь та збільшення диференціації. Відповідно до цього, основним важелем конкурентоспроможності країни є розвиток та забезпечення інноваційної діяльності в технологічній сфері.

Значний прорив в технологіях спонукає країни орієнтуватися на нові джерела конкурентних переваг та створювати їх. Сучасний етап пов'язаний із зайняттям чільного місця серед складових динамічних порівняльних переваг науково-технічними досягненнями та інноваціями на всіх стадіях життєвого циклу продукту, починаючи від створення товару або послуги, через просування його від виробника до споживача та закінчуючи наступною утилізацією.

Інноваційний тип економічного розвитку дедалі більше стає тим фундаментом, який визначає економічну міць країни та її перспективи на світовому ринку. Основною ознакою сучасного розкладу сил в світі є суттєвий відрив країн-лідерів, що створюють «іннова-

* студентка 3 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: ас. Глухова Д.А.

ційний анклав» в світі, від менш потужних країн, які змушені повністю залежати від позиції «активних гравців». В країнах, що належать до інноваційних лідерів, спостерігається висока концентрація найбільш рентабельних видів бізнесу (з найбільшим вмістом доданої вартості в ціні продукту), переважно високотехнологічна структура національного виробництва, винесення за межі власної країни промислово-технологічного циклу виробництв, які є екологієємними, ресурсоеємними тощо, зосередження найбільших фінансових потоків. Попри те, що між цими країнами спостерігається жорстка конкуренція за високорентабельні види діяльності, у випадках виникнення спільної загрози існуванню чинної соціально-економічної моделі вони об'єднують свої зусилля для реалізації спільної політики щодо джерел цієї загрози.

Таким чином, модернізація світової економіки на засадах інноваційного розвитку має забезпечуватися комплексним застосуванням усіх доступних важелів економічної політики та запобіганням конфлікту між їхніми впливами та між вирішенням стратегічних та поточних завдань. За цих умов інноваційна стратегія як така, що за визначенням веде до підвищення рівня прибутковості національних підприємств, може стати реальним полем для багатогранної співпраці держави і бізнесу.

Література

1. Цикін, В. О. Глобалізація: ноосферний підхід / В. О. Цикін. – Суми : СумДПУ ім. А.С.Макаренка, 2007. – 322 с.
2. Щур, Е. Нанотехнології та доля цивілізації / Е. Щур // Наук. світ. – 2007. – № 7, липень. – с. 12-15.
3. Балабанов, В. И. Нанотехнологии. Наука будущего / В. И. Балабанов. – М. : Эксмо, 2009. – 256 с.
4. Горохов, В. Г. Нанозтика: значение научной, технической и хозяйственной этики в современном обществе / В. Г. Горохов // Вопр. философии. – 2008. – № 10. – С. 33-49.
5. Лукьянец, В. С. Вызовы тысячелетия наукоемких технологий / В. С. Лукьянец // Практ. філософія. – 2008. – № 3. – с. 5-16.

*Левківський В.**

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Щоб брати рівноправну участь у світовій системі господарювання, посісти належне місце у міжнародному поділі праці та одночасно захистити свої внутрішні економічні інтереси, протидіяти глобальним викликам і загрозам, держава повинна створити належну і адекватну систему зовнішньоекономічної безпеки. Неодмінною умовою забезпечення зовнішньоекономічної безпеки є моніторинг її стану.

Зовнішньоекономічна безпека є багаторівневою системою, в якій варто виділити зовнішньоторговельну (експортно-імпорتنу) і кредитно-інвестиційну (в тому числі боргову) її складові. Аналіз стану зовнішньоекономічної безпеки повинен враховувати саме ці аспекти. В зв'язку з цим, для оцінки рівня зовнішньоекономічної безпеки України використаємо найважливіші, на наш погляд, індикатори, порівнюючи їх з пороговими значеннями.

Одним із таких показників є коефіцієнт відкритості економіки. Його динаміка за останні 10 років свідчить про занадто високий ступінь відкритості вітчизняної економіки, оскільки даний коефіцієнт в зазначений період коливався від 0,94 до 1,2 при пороговому значенні менше «1». У той же час аналогічний коефіцієнт у країнах «великої сімки» не перевищує 0,6.

Протягом 2000-2005 років та у 2008 році коефіцієнт відкритості економіки України перевищував порогове значення, перебуваючи у небезпечній зоні. У 2006, 2007 і 2009 роках даний коефіцієнт знаходився у критичній зоні, хоча і не подолав порогове значення. Варто зазначити, що в період з 2004 р. по 2007 р. спостерігалася позитивна тенденція зменшення значення коефіцієнта відкритості. Крім того, важливим є також те, що у 2009 р., у розпал світової фінансової та економічної криз, даний показник не вийшов за межі порогового значення.

Щодо коефіцієнта покриття імпорту експортом, його аналіз за 2000-2009 рр. свідчить про позитивну тенденцію до 2005 р. (коефіцієнт перевищував порогове значення «1») та негативну динаміку у період з 2006 р. по 2008 р. Із року в рік зменшуючись, коефіцієнт покриття імпорту експортом у 2008 р. впав до значення 0,85. У 2009 р. даний показник дещо збільшився, але не досягнув порогового значення. Таку ситуацію можна пояснити додатнім сальдо зовнішньої торгівлі в 2000-2005 рр. і від'ємним протягом 2006-2009 рр.

Розрахунок експортної квоти (відношення обсягу експорту до ВВП) за 2000-2009 рр. показує, що в Україні до 2005 р. відношення експорту до ВВП перевищувало порогове значення 50%, а протягом останніх років (2006-2009 рр.) даний показник становить менше 50%. Найвищим цей індикатор зовнішньоекономічної безпеки був у 2004 році (63,6%). А з 2004 р. по 2007 р. він знизився до рівня 44,8%. У наступні два роки спостерігалися незначні коливання.

Даний індикатор зовнішньоекономічної безпеки є дуже важливим, оскільки відображає залежність вітчизняної економіки від експортних поставок. На його динаміку значною мірою впливають зовнішні чинники, зокрема, попит та ціни світового ринку. Більш

* студент 3 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Мазуренко В.П.

стабільним до зовнішнього впливу є внутрішній ринок, тому динаміка зростання експорту продукції не повинна перевищувати динаміку зростання внутрішнього ринку.

Значення такого індикатора як імпортна квота (відношення обсягу імпорту до ВВП) упродовж 2000-2005 рр. коливалося в межах 50,6-57,4%, перевищуючи порогове критичне значення 50%. У 2006 р. імпортна квота становила 49,5%, але вже наступного року вона підвищилася до 50,6%. А 2008 року відбулося стрімке зростання цього показника до рівня 54,9%. У 2009 році він значно знизився і становив 48%. Така ситуація спричинена вищими темпами падіння обсягу імпорту порівняно з падінням ВВП, що є наслідком фінансової кризи, а саме: стрімкого падіння курсу гривні, недоступності кредитних ресурсів, зменшення інвестиційного попиту та обсягів будівництва. З точки зору зовнішньоекономічної безпеки зниження імпоротної квоти є позитивною динамікою, оскільки відбулося зменшення від імпоротної залежності.

Не менш важливим індикатором зовнішньоекономічної безпеки, на нашу думку, є відношення обсягу прямих іноземних інвестицій до ВВП країни. Якщо країна не досягає порогового значення цього показника (5% від ВВП), вона не буде мати достатнього капіталу для сталого розвитку національної економіки. Протягом останнього десятиліття Україна лише в 2005 р. і в 2007 р. змогла подолати порогове значення. Різке погіршення даного індикатора зовнішньоекономічної безпеки в останні два роки пов'язано як з впливом фінансово-економічної кризи на рух капіталу, так і з внутрішньополітичною ситуацією в країні.

Оцінка рівня зовнішньоекономічної безпеки буде неповною без аналізу рівня боргової безпеки країни. Динаміка відношення державного зовнішнього боргу (прямого і гарантованого) до ВВП в Україні до 1999 р. мала тенденцію до зростання, в якому він перевищив критичний рівень – 49,8%. Однак, починаючи з 2000 р., значення цього показника почало стабільно знижуватися і досягло рівня 9,7% у 2007 р. У кризових 2008-2009 рр. відношення державного зовнішнього боргу (прямого і гарантованого) до ВВП знову почало зростати, але критичного рівня не досягло.

Таким чином, такі показники, як відношення обсягу експорту до ВВП, відношення державного зовнішнього боргу до ВВП, в останні роки не виходять за межі порогових значень, знаходяться в безпечній зоні, тобто загрозливих процесів не викликають. Аналіз коефіцієнта відкритості національної економіки, коефіцієнта покриття імпорту експортом, відношення обсягу імпорту до ВВП та відношення прямих іноземних інвестицій до ВВП свідчить про стан небезпеки у цих сферах, оскільки дані показники перебувають поза межами порогових значень для зовнішньоекономічної безпеки України або наближаються до них.

Оцінка стану зовнішньоекономічної безпеки України повинна лягти в основу зовнішньоекономічної політики держави, що дозволить виробити ефективні управлінські рішення з урахуванням національних інтересів.

Література

1. Методика розрахунку рівня економічної безпеки України // Офіційний сайт Міністерства економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=97980&cat_id=38738.
2. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.

Черняєв Ю.*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА ПРОБЛЕМИ РЕГУЛЮВАННЯ ГЛОБАЛЬНОГО НАРКОБІЗНЕСУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Стрімкі процеси глобалізації, що охопили різні сфери людської життєдіяльності, в цілому носять позитивний характер і надають людству безпрецедентні можливості. Але, на жаль, ці зміни мають і тіньову сторону, дозволяючи таким загрозам сучасного світу як організована злочинність, міжнародний тероризм, наркобізнес набувати транснаціонального характеру.

Сучасна наркоіндустрія з оборотом приблизно у 8% світової торгівлі безперервно вдосконалюється, підвищуючи технічний, фінансовий потенціал, адаптуючи нові досягнення науково-технічного прогресу до своїх потреб [1]. За оцінками спеціалістів, щорічно наркобізнес вкладає більш ніж 500 млн. доларів в закупівлю нової «техніки сигнальної розвідки». Наркокартелі мають чудово озброєну охорону, в розпорядженні якої найновіша зброя, що включає навіть переносні ракетно-зенітні комплекси та підводні човни. Великого поширення серед наркоторговців отримують сьогодні випадки використання мережі Інтернет для заключення безконтактних угод [2, с. 6].

Наркобізнес сучасності приречений на інтернаціоналізацію та глобалізацію. Скуповуючи первинну сировину у країнах третього світу, наркомафія повинна організувати не тільки її переробку у кінцевий продукт, але й доставку товару до споживачів, більша частина яких проживає у розвинутих країнах [3, с. 64].

У цьому контексті проявляється світ-системний підхід до аналізу глобалізованої економіки наркотиків. Так, країни «ядра» протягом XIX – сер. XXст., в рамках соціально-економічної експлуатації «периферії» використовували зокрема й наркотики як засіб торгової експансії (найяскравішим тому прикладом є «опіумні війни» в Китаї). Але тепер ситуація змінилася: наркотики захищають найбільш відсталі країни від економічної деградації, оскільки доходи від нелегального бізнесу стали для периферії важливим джерелом національного благоустрою і зовсім не сприймаються як загроза господарському розвитку. Країни ж «ядра» переживають втрати від масової наркоманії [4].

У 2009 році більше 200 млн. людей у світі споживали заборонені наркотичні речовини, а світовий дохід від наркотиків досяг 400 млрд. доларів. Існують підрахунки, згідно з якими в наші дні жителі планети витрачають на наркотики грошей більше, ніж на їжу, житло, одягу, освіту та медичне обслуговування [5].

До основних регіонів виробництва наркотиків на сьогодні відносять:

- Золотий напівмісяць (Іран, Афганістан, Пакистан) – найбільший виробник опіуму;
- Золотий трикутник (Бірма, Лаос, Таїланд) – виробництво опіуму;
- Андський трикутник – вирощування коки;
- Нідерланди – виробництво марихуани та синтетичних наркотиків;
- Мароко – виробництво марихуани [7].

Загрози та виклики глобального наркобізнесу зумовлюють важливість регулювання цієї сфери нелегальної економіки як в межах кожної окремої країни, так і світовому масштабі.

* студент 3 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Мазуренко В.П.

В «економіці наркотиків», як і в сучасній економічній теорії в цілому, можна відстежити протиборотство різних парадигм, перш за все кейнсіанства та неокласики.

Для кейнсіанського підходу характерне твердження про активний вплив держави на ринок наркотиків. Держава посилює війну з наркотиками, тим самим скорочує пропозицію та збільшує їх ринкову ціну, що в свою чергу веде до зменшення попиту [8].

Справжню революцію в цьому питанні здійснив Мілтон Фрідмен. На його думку, державне регулювання є не тільки зайвим, але й шкідливим. Варто підкреслити, що судження про необхідність легалізації наркотиків, на думку Фрідмена, не залежить від того, наскільки шкідливими є ті або інші наркотики. Фрідмен запевняє, що легалізація наркотиків повинна одночасно зменшити кількість злочинів і покращити правоохоронну діяльність [9].

Провал держави у сфері заборони наркотиків вбачають і два американські економісти – Г.Андерсон та Р.Толісон. На їх думку, ріст видатків на боротьбу із наркотиками підтримує конкурентну структуру нелегальної галузі, перешкоджаючи концентрації та збільшуючи кількість малих фірм, що в свою чергу призводить до зменшення ціни на наркотики та підвищення попиту на них.

Г.Андерсон та Р.Толісон запевняють, що малі фірми на ринку наркотиків мають ряд переваг. Чим більшою є фірма, тим легше її детермінувати. Тому хоч ефект масштабу і знижує витрати на поширення наркотиків, частіше за все міркування безпеки превалюють. Малі фірми або зовсім не потребують інвестицій в основний капітал (система безпеки, зброя тощо), або обмежуються малою їх кількістю, що полегшує втечу у випадку небезпеки [10, р. 691-701].

Нове слово в питанні регулювання наркобізнесу пов'язане із ім'ям Г. Бекера. Він розробив модель раціональної поведінки споживача наркотиків, котра аналізує залежність масштабів індивідуального споживання наркотиків від їх ціни у довгостроковій перспективі. Концепція Г. Бекера стимулювала розвиток поміркованого антипрогібіціонізму, прихильники якого шукають «золоту середину» між повною забороною наркотиків та їх повною легалізацією. Оптимальним рішенням зазвичай визнають широку легалізацію легких наркотиків (гашиш та марихуана).

Стосовно важких наркотиків – то це складна системна проблема як для кожної окремої країни, так і світового співтовариства в цілому. На думку Дж. Б'юкенена, у цій сфері необхідна часткова легалізація для наркозалежних та створення державної монополії, що буде контролювати ціни та збут наркотиків.

Таким чином, наркотичний бізнес – одна із найскладніших проблем сучасного світу, вирішення якої вимагає аналізу багатьох аспектів: економічного, політичного, соціального, правового, медичного та морального. На сьогоднішній день «економіка наркотиків» зімкнула у своєму розвитку діалектичну тріаду «теза—антитеза—синтез». Почавши із впевненості в необхідності цілеспрямованої державної політики у боротьбі з наркотиками, пізніше було піддано сумніву ефективність подібної політики, але, в кінці кінців, спеціалісти приходять до висновку про її обмежену необхідність, зокрема в питаннях щодо легалізації.

Література

1. Р. Щенин, Г. Сулейманов. Наркобізнес - глобальная проблема XXI века // МЭиМО. – 2006. - № 6. – С. 50-57.
2. Глинкин А. Н., Лавут А. А., Булавин В. И. Глобализация наркобизнеса: угрозы для России и других стран с переходной экономикой, М., 1999.
3. Никифоров А.С. Гангстеризм в США: сущность и эволюция. М.: Наука, 1991.

4. Валлерстайн И. Россия и капиталистическая мир-экономика, 1500—2010 // Свободная мысль. - 1996. № 5.- С. 30-42.
5. World drug report 2010 – [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.unodc.org>
6. Мессик Х. Боссы преступного мира. -М.: Прогресс. - 1985.
7. Koch J. V., Grupp S. E. The Economics of Drug Control Policies // The Economics of Crime. Cambridge (Mass.), 1980. P. 339—351.
8. Friedman M. and R. Tyranny of the status quo. San Diego; N. Y. etc., 1984.
9. Anderson G.M., Tollison R.D. The War on Drugs as Antitrust Regulation//Cato Journal, 1991, v.10, no.3.
10. Becker C, Grossman M., Murphy K. M. Rational addiction and the effect of price on consumption // The American Economic Review. 1991. May. P. 237-241.

МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЯ

*Верещагіна І.Д.**

ОЦІНКА НІМЕЦЬКИМИ ЗМІ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА УКРАЇНІ (ДРУГА ПОЛОВИНА 1990-Х – ПОЧАТОК ХХІ СТОЛІТТЯ)

90-ті роки ХХ століття ознаменувалися різким загостренням суспільно-політичних та економічних протиріч у більшості країн Центральної та Східної Європи, що призвело до демократичних революцій і падіння комунізму. На шлях реформ після розпаду СРСР стала також Україна. Її складні трансформаційні зміни стали темою для обговорень та дискусій на сторінках німецьких ЗМІ.

Враховуючи дослідження західних аналітиків, варто звернути увагу на те, що в Україні основною складністю на шляху трансформаційних змін була їхня паралельність у різних галузях. Україна повинна була виборювати в очах західних експертів та якісних ЗМІ право на об'єктивну оцінку та відповідне ставлення до її внутрішньополітичних досягнень.

Часто на шпальтах газет автори характеризували Україну як «країну, де панує криза й нестабільність», і це було лейтмотивом чималої кількості статей, що з'явилися останнім часом на сторінках таких авторитетних видань, як Wall Street Journal, Financial Times, Gazeta Wyborcza [1, с. 5]. Причому, як зазначає український експерт О. Сушко, якщо раніше авторами цих (не нових) тез були переважно журналісти та інтелектуали, які загалом скептично налаштовані до України і черпають інформацію з російських джерел, то тепер аналогічну думку висловлюють і друзі України, котрі немало зробили для просування її інтересів у світі, такі, наприклад, як Адріан Каратницький і Брюс Джексон. Проте такі оцінки можна було спостерігати в основному до 2005 р., коли більшість західних політологів та журналістів після ейфорії 2004 р. бажали побачити якомога швидший успіх трансформацій в Україні.

Варто зазначити, що у другій половині 1990-х рр. іноземна преса відображала позицію західних демократій стосовно підтримки реформ в Україні, спрямованих на побудову європейської держави. Зокрема, коментуючи візит канцлера ФРН в Україну, «Берлінер цайтунг» повідомляла, що Г. Коль прагне підтримувати процес реформ в Україні. Крім того, під час візиту йшлося про відбудову енергетичної галузі – закриття до 2000 р. реактора в Чорнобилі та важливе на той час інвестування Заходом енергетичного господарства на суму 3,45 млрд. марок [4, с. 6]. Отже, західні демократії були готові реалізувати політику стосовно України в напрямку до європейських трансформацій.

Про такі наміри західних демократій йшлося в інтерв'ю українських експертів з європейських питань. Під час одного з них київський експерт з питань безпеки О. Кокошинський зазначив, що для України розширення НАТО – це як внутрішня, так і зовнішня проблема. На ставлення населення у даному випадку впливають багато факторів, зокрема етнічна належність – російська чи українська. На думку О.Кокошинського, на півночі та

* здобувач Чернівецького національного університету ім. Ю.Федьковича
Науковий керівник: проф. Фісанов В.П.

заході існує багато прихильників розширення, проте є близько 30% таких громадян, які виступають за повернення УРСР, – переважно зі сходу та півдня [5, с. 5]. Така суперечлива ситуація, на думку експерта, могла б привести до дестабілізації в країні. Особливо це стосувалося того, що більшість населення, яке відстоювало позицію посилення відносин з Росією, вважало, що вступ України до НАТО спровокує її в очах Росії та стане каменем спотикання в українсько-російських відносинах. Крім того, Україна в дійсності завжди прагнула зберегти хороші відносини і з європейськими інституціями та державами, і з Росією, що значно ускладнювало побудову її зовнішньої політики і здійснення внутрішніх трансформацій.

Хоча інколи критика, наприклад, німецьких газет стосувалася референдуму в Україні, дій влади та порушення прав людини на початку 2000 р. Зокрема, російська дослідниця К.Тихомирова, коментуючи політичну ситуацію в Україні наприкінці 1999 р., підкреслювала, що «в Україні все залишається без змін. Л. Кучма наважився на проведені недемократичними методами президентські вибори» та те, що «Л. Кучма не «надійний партнер Заходу» [6, с. 4]. Як наголошувалось у її статті: населення України проголосувало у квітні 2000 року за розширення влади президента та зменшення парламенту держави, після чого опозиція та Європейська Рада з самого початку піддали критиці референдум [2, с. 1]. Такі складні політичні питання громадяни України не могли вирішувати самостійно, тому в більшості своїй проголосували за позицію, запропоновану владою, не враховуючи впливу цих результатів на політичну ситуацію в країні та на розвиток і проходження трансформаційних змін.

Негативним моментом у здійсненні політики трансформацій на початку XXI століття була критика з боку Європейської Ради України через порушення прав людини. У провідній берлінській газеті зазначалося, що «Україна, ставши членом організації більше трьох років тому, ще не виконала необхідних умов. Серед інших зобов'язань, це відміна смертної кари в Україні. Крім того, реформа кримінального права та новий закон про партії змушують чекати» [3, с. 5].

Зважаючи на аналітичні матеріали, опубліковані на початку XXI ст. в німецькій пресі, Україна часто давала привід дискредитувати себе в очах західних політиків. Проте оцінка вад її політики часто була нещадною, оскільки її здійснювали російські дослідники та журналісти на шпальтах німецьких ЗМІ. Такі статті були переповнені суб'єктивізмом, оскільки часто творилися крізь призму російсько-українських непростих відносин. Проте щодо питань інтеграції, то переважна більшість оцінок стосується того, що Україна спрямовує трансформації у напрямку до європейських стандартів та бажає стати повноцінним членом таких європейських інституцій, як ЄС та СОТ.

Література

1. Сушко О. Самодискредитація України / О. Сушко // Дзеркало тижня. – 2008. – 1-8 листопада. – С. 5.
2. Die Ukraine: Abstimmung über Macht des Präsidenten // Berliner Zeitung. – 2000. – 17.April. – S. 1.
3. Europarat kritisiert Ukraine und Türkei. Menschenrechte verletzt // Berliner Zeitung. – 1999. – 20.Januar. – S. 5.
4. Kohl will Reformen in der Ukraine fördern // Berliner Zeitung. – 1996. – 30. August. – S. 6.
5. Lilge C. Die Ukraine fürchtet Destabilisierung durch NATO-Debatte / C. Lilge // Berliner Zeitung. – 1996. – 01. Juli. – S. 5.
6. Tichomirowa K. Die Macht, an der Macht / K. Tichomirowa // Berliner Zeitung. – 1999. – 16. November. – S. 4.

*Єдамова А.М.**

ДЕРЖАВНА ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА ТА ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПРОЦЕС В УМОВАХ ПОСТКРИЗОВОГО ПЕРІОДУ

У найбільш розвинених країнах світу інвестиційна політика ставиться на перше місце серед усіх прийнятих рішень для досягнення стабільності на макrorівні: обсяг інвестицій розглядається як найважливіший критерій стійкого розвитку національної економіки, а динаміка інвестиційних вкладень як індикатор стану ефективного сукупного попиту, як фактор, що впливає в майбутньому на обсяг національного виробництва, рівень зайнятості й споживання населення.

Інвестиційна діяльність безпосередньо зв'язана з соціальною сферою. Як показує досвід, підвищення інвестиційної активності з боку населення – це результат грамотної інвестиційної політики держави, у тому числі й у соціальній сфері [1].

Соціальні проблеми треба вирішувати інвестиційними методами, тобто шляхом створення нових робочих місць (інноваційне навчання й перепідготовка працівників), підвищення продуктивності праці й росту реальної заробітної плати, економічної зацікавленості працівників і підприємців у високоефективному використанні накопиченого сукупного людського капіталу (підвищення якості життя).

Метою держави повинно бути створення цілісно існуючої суспільної системи, що стійко розвивається, що має стабільно функціонуючу економіку, яка динамічно розвивається, й добре продуману соціальну політику.

Відносно державного бюджету функція держави повинна полягати в тому, щоб забезпечити соціальну орієнтованість бюджету, що забезпечив би достатні розміри консолідованих витрат на соціальний розвиток. Необхідно щоб весь блок витрат на соціальні потреби виявився захищеним. Бюджетне й податкове законодавство повинне гарантувати фінансову працездатність соціальних витрат у регіональних і місцевих бюджетах [2]. Необхідно також ефективно задіяти федеральні позабюджетні фонди, забезпечивши їхнє цільове використання на соціальні цілі, особливо в регіонах. Джерелом додаткових ресурсів можна вважати приватні позабюджетні соціальні фонди під гарантії держави.

Для підвищення інвестиційної активності потрібне створення в країні сприятливого інвестиційного клімату. Зусилля держави, що повинні зіграти першорядну роль у цьому процесі, полягають у здійсненні цілого ряду стимулюючих заходів економічного, політичного й соціального характеру.

В умовах кризи створення сприятливого інвестиційного клімату з боку держави може виражатися в інвестуванні, насамперед, тих галузей народного господарства, які найменше цікавлять потенційного інвестора. А це: транспортна інфраструктура, житлове будівництво, освіта, наука, медицина, культура, тобто галузі соціальної сфери [3]. Тим самим держава сприяє створенню привабливого образу об'єктам інвестування з боку приватного капіталу, у тому числі й іноземного.

Залучення інвестицій у виробничу сферу – це створення нових робочих місць, впровадження нових технологій, підвищення суспільного виробництва і якості робочої сили, збільшення грошових надходжень підприємства, ріст заробітної плати.

* аспірант кафедри міжнародної інформації Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Макаренко Є.А.

Всі ці заходи при грамотному здійсненні повинні сприяти поліпшенню соціального стану населення країни, поліпшенню його добробуту й підвищенню якості життя, що і є одним з найголовніших завдань держави.

Сучасний стан багатьох країн, що перебувають в умовах триваючої кризи, змушує замислитися про необхідність зміни структурної політики держави, як однієї з умов виходу із кризи. Здійснити подібні великомасштабні зміни без значних капіталовкладень, як з боку держави, так і з боку приватного сектора є неможливим [4].

В умовах кризи інвестиції є найважливішим засобом структурного перетворення соціального й виробничого потенціалу. Для залучення інвестицій необхідно створити сприятливий інвестиційний клімат у країні. І держава в цьому процесі грає основну роль.

Інвестиційна політика держави не може проводитися у відриві від соціальної й економічної політики, тому вона є одним з найважливіших напрямків соціально-економічної політики держави.

Для залучення інвестицій необхідно також створити інвестиційну інфраструктуру, що відповідає світовим стандартам. Підвищити зацікавленість із боку інвесторів і рівень інвестицій держава могла б шляхом надання державно-комерційних гарантій.

Не останню роль у економіці можуть зіграти іноземні інвестиції, які несуть із собою сучасні технології (а це значить – підвищення продуктивності праці, створення нових соціально-привабливих робочих місць із високим рівнем оплати, досвід керування й т.п.). Тому зусилля держави необхідно також направити на залучення іноземних інвестицій.

Таким чином, інвестиційна політика є одним з найважливіших засобів, використовуваних державою для встановлення стійкого росту економіки й, відповідно, виходу країни із кризи.

Література

1. Черкасов В.Е. Международные инвестиции / Черкасов В.Е. Международные инвестиции – М.: «Дело», 2003. – 389 с.
2. Водянов А. Новые инструменты государственного регулирования инвестиций // Водянов А. – Проблемы теории и практики управления – 2008. – № 5. – с. 45-59.
3. Грицына В., Курнышева И. Особенности инвестиционного процесса // Грицына В., Курнышева И. – Экономист – 2010. – №3. – с. 87-98.
4. Стройовий О.С. Інвестиційна політика держави: українська дійсність та зарубіжний досвід // Стройовий О.С. – ЭКО: Економіка и політика. – 2010. – №1. – с. 15-23.

*Анджапарідзе А.**

ЕКОНОМІЧНИЙ ВИМІР УКРАЇНСЬКО-ГРУЗИНСЬКОГО ПАРТНЕРСТВА

Всебічне економічне партнерство України з Грузією відповідає стратегічним інтересам обох держав, адже через територію Грузії Україна може вирішувати нагальні питання диверсифікації джерел постачання нафти й природного газу, розширювати сфери співробітництва з Азербайджаном і Вірменією, країнами Близького Сходу й Центральної Азії.

Економічний вимір, зрештою, є істотним для верифікації стратегічного рівня партнерства між Україною й Грузією, оскільки обидві країни протягом семи десятиліть були складовими єдиної економічно-політичної структури - СРСР, а їхнє сучасне господарське становище значною мірою детерміноване структурою національних економік радянської доби.

Але українсько-грузинські партнерські відносини, в тому числі їхній економічний вимір, є тим міжнародно-політичним, суспільно-економічним і культурно-цивілізаційним феноменом, ступінь наукового пізнання якого й досі залишається на доволі низькому рівні.

Необхідно зауважити, що короткочасність (в історико-політичному та часовому вимірі) українсько-грузинських міждержавних відносин зумовлює не лише малу кількість наукових досліджень із означеної теми, але й недостатню вичерпність та глибину аналізу явищ і процесів, що з нею пов'язані [1; 2; 3].

Згідно з Договором про дружбу і співробітництво між Україною і Грузією 1993 р., Договором між Україною та Грузією про економічне співробітництво на 1999 – 2008 рр. а також відповідною Програмою економічного співробітництва до 2011 р., модель економічних відносин будується на засадах рівноправного партнерства і взаємовигідної інтеграції ринково-орієнтованих економічних систем обох суверенних держав. Тому в механізмах реалізації українсько-грузинських економічних відносин, як видається автору, доцільно забезпечити:

- створення надійної інформаційної бази про стан економічних відносин;
- постійний моніторинг та зіставлення економічних параметрів розвитку обох країн;
- ревізію й актуалізацію всієї нормативно-правової бази відносин з урахуванням їхнього поточного стану;
- максимальне розширення присутності України на грузинському ринку капіталів, товарів та послуг;
- розширення співробітництва в забезпеченні функціонування національних паливно-енергетичних комплексів, транспортних систем і систем зв'язку з метою збереження та раціонального використання єдиних систем, що склалися в цих галузях.

За даними грузинської статистики, Україна з питомою вагою 10,5 % займала третє місце у зовнішньоторговельному обороті Грузії, а за обсягами експортних поставок (10,9 %) посіла друге місце серед основних торгових партнерів Грузії [4].

* аспірант кафедри країнознавства Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Науковий керівник: проф. Крижанівський В.П.

На грузинському ринку оперує близько 30 українських компаній, які займаються наданням транспортних та ремонтно-будівельних послуг. Серед них судноплавна компанія «Укрферрі», авіакомпанії «Українські авіалінії», «Аероміст – Харків», «Донбас – Східні авіалінії України», «Українсько – Середземноморські авіалінії», «Таврія», науково-дослідний Інститут морського транспорту «ЧорноморНДІпроект» (м. Одеса, виконання ремонтних робіт, проведення інженерно-геодезичних досліджень в акваторії потру Поті) [5, с.11].

Важливим елементом двостороннього партнерства України та Грузії, який впливає на стабільність у регіоні, є й енергетична сфера. Завдяки вдалому геополітичному положенню між Сходом та Заходом і зовнішньополітичній орієнтації Грузія активно залучена у процес імплементації каспійських енергетичних проектів.

Грузія може відігравати суттєву роль як транзитна держава для забезпечення чорноморських країн нафтою та газом, що транспортуються й будуть транспортуватися в майбутньому з Азербайджану і Центральної Азії. Сьогодні вже діють реалізовані проекти Баку – Тбілісі – Джейхан та Баку – Тбілісі – Ерзурум. Але слід пам'ятати, що крім російського спротиву реалізації альтернативних шляхів постачання нафти й газу до Європи, тобто зменшення монопольного становища Російської Федерації, існує ще й турецький чинник. Хоча офіційна Анкара й діє іншими засобами, не використовуючи відверто політичні заходи тиску, все ж уряд Турецької Республіки підтримує лише ті проекти, які розташовані на її території. Це пов'язано не лише з економічною складовою, але й із тим, що Анкара намагається закріпити лише за Туреччиною статус найважливішого транзитного вузла енергетичних комунікацій, причому, не в останню чергу для використання у переговорах з ЄС [3, с.56].

Надзвичайний і повноважний посол Грузії в Україні Г.Катамадзе стверджує, що «одним із найважливіших економічних активів Грузії можна вважати її вигідне транспортне розташування... Грузія є своєрідним мостом, що пов'язує найважливіші економічні регіони із загальною кількістю населення 827 млн. осіб. Грузія - ключова ланка в найкоротшому транспортному маршруті між Західною Європою і Центральною Азією для транспортування нафти, газу і сухих вантажів. Наші трубопроводи, чорноморські порти, добре розвинена залізнична структура та аеропорти, що мають прямий зв'язок із 17 напрямками, відіграють дедалі важливішу роль у цьому плані. Тому ми всіляко зацікавлені в тому, щоб зробити роботу міжнародних центрів логістики, які працюють з метою експорту/реекспорту, у вільних індустріальних зонах максимально ефективною при сприятливому податковому режимі» [6].

Подальший розвиток у контексті налагодження й зміцнення стратегічного партнерства між Україною й Грузією має одержати міжрегіональне співробітництво, найважливішим напрямком якого стане створення сприятливих умов для соціально-економічного піднесення цих територій з урахуванням раніше сформованих міжрегіональних господарських зв'язків, зберігання звичаїв і духовних цінностей проживаючого в них населення.

Література

1. Гаджиев К.С. Геополитика Кавказа. - М.: Межд. отношения, 2001. - 464 с.
2. Соболев А.А. Україна у Балто-Чорноморському регіоні: від ідеї регіонального новоутворення до ідеї безпеки на базі співробітництва // Стратегічна панорама. – 2002. - № 3. – С.111-121.
3. Шелест Г.В. Українсько-грузинські відносини як фактор стабільності у Чорноморському басейні // Стратегічні пріоритети. – 2007. - №2(3). - С. 51-57.

4. Стан та перспективи розвитку зовнішньоекономічних відносин / Торговельно-економічна місія у складі Посольства України в Грузії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mfa.gov.ua/georgia/ua/12150.htm>.
5. Слис М. Україна й Грузія – друзі назавжди // Політика і час. – 2005. - № 2. – с.3-15.
6. Катамадзе Г. Реформа, що стала дійсністю // Дзеркало тижня. – 2010, 25 вересня – 1 жовтня.

Волошенко І.О.*

НЕВРЕГУЛЬОВАНІСТЬ КОРДОНІВ МІЖ КРАЇНАМИ ЦЕНТРАЛЬНОЇ АЗІЇ ЯК ДЖЕРЕЛО РЕГІОНАЛЬНОЇ КОНФЛІКТОГЕННОСТІ

Розпад СРСР поставив на порядок денний і територіальне питання, яке для новостворених держав носить важливий і принциповий характер.

Тема неврегульованості державних кордонів для держав центрально-азійського регіону має непересічну актуальність, оскільки впливає на безпеку як окремих держав, так і регіону в цілому.

Проблема прикордонної безпеки, незважаючи на неоднозначність оцінки її місця і ролі як самостійного елементу національної безпеки, в сучасних умовах набула особливої важливості, оскільки є пріоритетним напрямом діяльності будь-якої держави.

Це пов'язане з цілою низкою факторів, основними з яких є: зміна природи загроз прикордонній безпеці; збільшення прозорості державних кордонів створює комфортні умови для розповсюдження транскордонної злочинності, контрабанди наркотиків, зброї, нелегальної міграції; послаблення прикордонної безпеки одного учасника транскордонної взаємодії може призвести до послаблення безпеки сусідніх держав, регіону в цілому.

Для держав Центральної Азії характерними є деякі особливості, які прямо впливають на територіальне розмежування. Головними з них є поліетнічність, поліконфесіональність і мультикультуризм, які значно утруднюють процес делімітації і демаркації кордонів.

Кордони між пострадянськими державами Центральної Азії носять часто умовний характер, а їх неврегульованість, підсилена національно-етнічним, культурно-історичним, або іншим факторам здатна стати джерелом як міждержавних, так і регіональних конфліктів.

Крім цього неврегульованість кордонів посилює і інші проблеми безпеки держав регіону: розподілу водних ресурсів, наркотрафіку, нелегальної міграції, тероризму тощо.

Нові незалежні держави Центральної Азії – Казахстан, Туркменістан, Узбекистан, Киргизія, Таджикистан в сучасних межах були створені радянською владою ще в 20-30 рр. ХХ ст. Кордонами слугували, в основному, природно-ландшафтні бар'єри – річки, гірські хребти, пустельні райони. В степових районах кордонів взагалі не існувало, так як місцеве населення кочувало.

З розпадом СРСР позитивним чинником, який сприяв вирішенню територіальних питань, стала згода владних еліт країн регіону в 1991 році визнати державними старі адміністративні кордони СРСР між республіками, що дозволило уникнути багатьох міждержавних конфліктів.

Основними факторами, які впливають на територіальний розподіл, є: неспівпадіння етнічних і державних кордонів; наявний дефіцит придатних для проживання і орних земель, а також – особливо в умовах засушливого клімату – дефіцит водних ресурсів; наявність анклавів – «островів» територій однієї держави, оточеної з усіх боків територією

* аспірантка кафедри країнознавства Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Дорошко М.С.

іншої; спільний кордон 3 держав у «пороховій бочці» Центральної Азії – Ферганській долині, де не вирішена велика кількість соціально-економічних проблем, високий рівень ісламізації і радикалізації населення.

Фактично процес облаштування державних кордонів у пострадянських державах ЦА розпочався лише в кінці 90-х рр., хоча національні прикордонні служби були створені у 1993-1994 роках.

В першу чергу делімітації і демаркації підлягав зовнішній кордон регіону. Лише на початку 2000-х років розпочалися активні переговори по врегулюванню територіального питання між самим державами регіону.

В процесі визначення державних кордонів найкраща ситуація склалась у Казахстані і Туркменістані. Територіальні суперечки між іншими державами регіону значно серйозніші і болючіші.

Щодо територіального розмежування з Китаєм, то з 1992 року Казахстан, Киргизія і Таджикистан вели переговори з Пекіном як незалежні держави, в результаті яких між ними було підписано договори про делімітацію кордонів.

Не зазнали великих труднощів і переговори щодо лінії кордону Туркменістану з Іраном. Однак кордон з Афганістаном для Туркменістану, Узбекистану і Таджикистану, зважаючи на складність рельєфу, є дуже складним для контролю.

Для Казахстану важливістю набуло також врегулювання кордону з Російською Федерацією, оскільки їх сухопутний кордон становить 7 591 км. Переговори по делімітації казахсько-російського кордону продовжувались з вересня 1999 і завершені були у 2009 році встановленням прикордонних знаків.

Щодо казахсько-узбецького кордону, то делімітація його проходила у 2 етапи. На першому було розділено близько 96% кордону, 4% невирішених ділянок були врегульовані Договором «Про окремі ділянки казахсько-узбецького кордону».

В конструктивній і діловій обстановці пройшли переговори Казахстану з Киргизією і Туркменістаном, які завершилися 2001 року.

Однак успішні переговори щодо територій не були притаманні всім країнам регіону. І до сьогодні територіальні суперечки між Узбекистаном і Киргизією, Узбекистаном і Таджикистаном, Киргизією і Таджикистаном відрізняються особливою конфліктністю.

Лише через події 1999-2000 років, коли у Ферганську долину увірвалися бойовики Ісламського руху Узбекистану, назріло питання термінового вирішення територіального питання між державами.

На сьогодні між Киргизією і Узбекистаном залишаються невирішеними близько 58 спірних районів, по більшості з яких не досягнуто жодного рішення.

Важливою перепоною для врегулювання прикордонних питань є наявність анклавів як в одній, так і в іншій державах. Анклави є могутнім інструментом тиску на сусіда, особливо з боку Узбекистану. Загострення відносин між киргизами і узбеками в Ошській і Джалал-Абадській областях Киргизстану у 2000 роках, конфлікт 2010 року дають ясно зрозуміти, що в регіоні можливі конфлікти, а не вирішення територіального питання їм сприяє.

Найбільш складні відносини склалися на сьогодні між Узбекистаном і Таджикистаном, де територіальне питання тісно пов'язане з міжетнічними суперечками, що мають давню історію. Ситуація ускладнюється наявністю величезних діаспор.

До того ж не вирішене питання водорозподілу, неприязнь між керівниками двох держав не сприяють вирішенню територіальних суперечок.

Подібна ситуація склалась і між Киргизстаном і Таджикистаном, між якими налічується близько 70 спірних районів. Процес делімітації кордонів між країнами знаходиться на ранніх стадіях розвитку.

Як і в таджицько-узбецьких відносинах, між Киргизією і Таджикистаном протиріччя посилюються за рахунок етнічних меншин, наявності анклавів і надзвичайно складною соціально-економічною ситуацією, перенаселеністю тощо.

Історія створення національних радянських республік в Центральній Азії у 20-30 рр. XX ст. залишила їм низку проблем, включаючи і проблему міждержавних кордонів. Республікам вдалось, хоча і частково, вирішити проблему делімітації кордонів. Особливих успіхів тут досягли Казахстан і Туркменістан. Слід зазначити, що й інші держави регіону – Узбекистан, Киргизія, Таджикистан - повинні закінчити цей процес, оскільки поєднання територіальної проблеми з соціально-економічними, етнічними факторами здатне спровокувати складні міждержавні конфлікти, вирішити які буде значно складніше

*Цибуляк А.Г.**

ПОСТРАДЯНСЬКИЙ ПРОСТІР ЯК КЛЮЧОВИЙ РЕГІОН ДЛЯ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ЗОВНІШНЬОЇ ВІЙСЬКОВОЇ ПОЛІТИКИ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ

На початку ХХІ ст. простір СНД перетворився на центральну складову зовнішньої політики Росії, як основи для проектування глобальної сили через найближчий регіональний простір. Росія чітко артикулює наміри перетворитися в центр або пояс сили, в орбіті якого мають опинитися всі країни СНД. Керівництво Росії й основна частина російського суспільства розглядають нову Східну Європу (Україну, Білорусь, Молдову), Південний Кавказ (Азербайджан, Вірменію та Грузію) й п'ять держав Центральної Азії (Казахстан, Киргизстан, Туркменістан, Узбекистан та Таджикистан) зоною життєвих / пріоритетних інтересів Російської Федерації.

Росія підкреслює, що м'яке домінування не означає повторного об'єднання: Москва не має намірів до відновлення євразійської наддержави або до створення ще одного варіанту Російської імперії. Для Росії головним виступає забезпечення безпеки Російської Федерації через гарантування безпечного оточення в контексті пом'якшення ризиків небезпеки. Очевидно, що Росія прагне забезпечити сприятливі умови для економічної експансії на колишній периферії та забезпечити сильний політичний вплив.

Суттєво змінилися умови поновлення впливу. В стратегії новоутворених держав «пострадянський простір» припинив відігравати центральну, пріоритетну роль, а розвиток отримують нові й більш ефективні стратегічні напрямки. Різновекторність інтересів й орієнтацій економічного, соціального й політичного розвитку, відмінності національно-культурних традицій призвели до формування складної системи взаємин на пострадянському просторі. СНД розпалася на декілька локальних економічних блоків. Більше того, з 2005 р. Росія остаточно відмовилася від центральності СНД як організації інтеграції пострадянського простору, обравши більш гнучкий підхід: замість того, щоб намагатися змусити працювати громіздку конструкцію з дванадцяти держав, вона вирішила зосередитися на чітких російських інтересах, які необхідно просувати й захищати в окремих країнах.

В кожному із вищезазначених регіонів пострадянського оточення Росія має свої специфічні інтереси, але їх можна об'єднати сукупністю таких пріоритетів: по-перше, використання потенціалу пострадянського простору для проектування потенціалу РФ на суміжні регіони Європи, Близького та Середнього Сходу, а відтак для укріплення позицій в світовій політиці; по-друге, максимальне збереження впливу на пострадянському просторі в контексті мінімізації прямих військових загроз з території держав цього простору; по-третє, стабілізація пострадянського простору для мінімізації потенційних загроз, пов'язаних із міжнародним тероризмом, ісламським фундаменталізмом, екстремізмом, наркотрафіком, що є джерелом фінансування цих процесів тощо; по-четверте, отримання економічних переваг на пострадянському просторі в сфері виробничих зв'язків, транспортно-комунікаційних можливостей та торгівлі.

* аспірантка кафедри міжнародних відносин та зовнішньої політики Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Копійка В.В.

Отже, саме в межах даного простору для РФ важливо через військово-політичні механізми забезпечити мінімізацію військових небезпек й забезпечення економічних інтересів в країнах пострадянського простору й в суміжних регіонах.

В такій ситуації для Росії дуже важливим завданням виступає вибір механізмів реалізації інтересів військово-політичної безпеки в регіонах Східної Європи, ЦА та Південного Кавказу, серед яких (1) двосторонні військово-політичні відносини; (2) військово-політичне співробітництво в рамках багатосторонніх систем безпеки (ОДКБ і ШОС) та (3) військово-технічне співробітництво.

Регіон Східної Європи відіграє особливе значення в напрямку забезпечення інтересів військової безпеки Російської Федерації як на пострадянському просторі, так і в контексті взаємин із Європою, і ширше США/НАТО. Основними інтересами РФ в даному просторі є наступні:

- недопущення включення України та Молдови до євроатлантичних структур безпеки, НАТО зокрема, і, як наслідок таких устремлінь, поширення на ці території військової інфраструктури неросійських сил;

- збереження військової присутності в даному регіоні у формі Оперативної групи російських військ та підрозділів, що охороняють склади боєприпасів у Придністров'ї, а також бази Чорноморського флоту РФ у Севастополі після 2017 р.;

- вирішення Придністровського конфлікту із максимальним врахуванням інтересів Росії;

- наближення взаємин із Молдовою та Україною до союзницьких поряд із Білорусією, що визнана такою відповідно до Військової доктрини РФ 2010 р.

Стратегія Росії щодо реалізації даних цілей є комплексною і охоплює як економічні/енергетичні стратегії, так і захист прав російськомовного населення, що може виступати підставою для військового втручання. Геополітичний наступ Росії на Захід, що посилюється після 2008 р. спрямований на закріплення за Росією виключних/привілейованих інтересів на всьому пострадянському просторі.

Питання військової присутності сил РФ на території Східної Європи постійно стоять на порідку денному взаємин Росії із Молдовою та Україною. Росія була і залишається найвпливовішим актором у розв'язанні всіх «заморожених» конфліктів на пострадянському просторі.

Ситуація навколо Придністров'я використовуватиметься Росією для збереження свого впливу в регіоні, що обов'язково включає військову присутність.

Російсько-грузинський конфлікт 2008 р. забезпечив військово-політичну присутність (4 військові бази) в регіоні Південного Кавказу та можливість посилення впливу у військово-політичній сфері в Чорноморському просторі.

Проекти інтеграції України до НАТО в РФ оцінюються як такі, що складають загрозу військово-політичній безпеці, відтак, з 2005 року Росія переходить до відкритого артикулювання негативних наслідків такої політики України.

Переважна більшість інтересів військово-політичної безпеки Росії концентрується на південному напрямку, що охоплює регіони Південного Кавказу та Центральної Азії. Ці регіони отримують ключове значення в контексті формулювання широкої «південної стратегії» Росії: у забезпеченні воєнної безпеки Росії важливу роль відіграє територія республік, яка знаходиться на перетині трьох театрів військових дій — Європейського, Близькосхідного, Далекосхідного — і на їх території знаходиться низка російських військово-стратегічних об'єктів.

Особливого значення у сфері військово-політичної безпеки набуває енергоресурсний потенціал й транспортно-комунікаційний потенціал ЦА та Південного Кавказу. Росія зацікавлена у постачанні центральноазійських ресурсів у західному напрямку; проводити

більш незалежну від проблематичних держав-транзитерів енергоресурсів на Захід (Україна, Польща, країни Балтії) політику; лишити економічної привабливості низку енергетичних проектів/коридорів, що пропонують США/ЄС та ГУАМ, зокрема транскаспійський проект «Набукко»; закріпити економічні зв'язки з партнерами на сході — Китаєм, Індією.

Росія забезпечує пріоритет у постачанні центральноазіатських ресурсів у західному напрямку; проводити більш незалежну від проблематичних держав-транзитерів енергоресурсів на Захід (Україна, Польща, країни Балтії) політику; лишити економічної привабливості низку енергетичних проектів/коридорів, що пропонують США/ЄС та ГУАМ, зокрема транскаспійський проект «Набукко»; закріпити економічні зв'язки з партнерами на сході — Китаєм, Індією.

Проекти видобування й транспортування енергоресурсів з регіонів Кавказу та ЦА визначають схему військово-політичного перерозподілу (присутність НАТО та військова операція в Афганістані), а також загальну геополітичну ситуацію в Кавказькому та Центрально-азійському регіонах.

Відтак, із стратегічної точки зору контроль над ЦА та Південним Кавказом створює можливості для впливу на ситуацію на Середньому Сході, де розташований Іран, й в Південній Азії, де межують дві ядерні держави Індія і Пакистан, а також вона примикає до двох регіональних зон тривалої нестабільності — Афганістан та Ірак.

В такому середовищі головним інтересом Росії в ЦА й на Південному Кавказі є забезпечення мінімальної стабільності в даному потенційно нестабільному регіоні. Головною загрозою є перспектива політичної дестабілізації в одній або низці країн регіонів, що може призвести до падіння існуючих режимів й перемозі радикальних ісламістів тощо.

Важливою особливістю реалізації інтересів Росії в суміжних регіонах є політика Китаю та США/НАТО.

Література

1. Обзор внешней политики Российской Федерации / Министерство иностранных дел РФ. — 27 марта 2007. — http://www.in.mid.ru/brp_4.nsf/106e7bfcd73035f043256999005bcbbbb/3647da97748a106bc32572ab002ac4dd?OpenDocument
2. Делягин Н. Основы внешней политики России // Наш современник. — 2007. — №9. — С.163-180
3. Багдасарян С. Трансформация постсоветского пространства. // Актуальная политика. — 2007. — 12 октября (http://ap.rau.am/?page=statja&cst_id=257)
4. Власов А. Доминирующая роль России на постсоветском пространстве - прошлое, настоящее, будущее? // Информационно-аналитическое агентство МиК. — <http://www.iamik.ru/?op=full&what=content&ident=502762>

*Швагер Ю.І.**

ВІЙСЬКОВО-ПОЛІТИЧНА СКЛАДОВА МИРОТВОРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РОСІЇ НА ПОСТРАДЯНСЬКОМУ ПРОСТОРИ У 1990-ТІ РОКИ

По суті, ще на військовій стадії конфліктів у країнах – колишніх радянських республіках одним із центральних питань діяльності Росії із пошуків їх урегулювання (поряд зі сприянням припиненню вогню) було питання механізмів спостереження, контролю за його дотриманням суб'єктами конфліктів. У системі «гарантій невідновлення бойових дій», наприклад, розміщення сил із підтримання миру розглядалося як «основоположний захід» зі «стабілізації становища» та «зовнішньої підтримки політичного процесу» на шляху повномасштабного врегулювання.

На багатосторонньому міжнародному рівні (у межах ООН, НБСЄ/ОБСЄ) Москва підтримувала рішення про направлення до районів конфліктів місії спостерігачів, брала безпосередню участь у їх діяльності. Разом із тим, на етапі імплементації положень Угоди про принципи врегулювання грузино-осетинського конфлікту (24.06.1992 р.), Угоди про принципи мирного врегулювання збройного конфлікту у Придністровському регіоні Республіки Молдова (21.07.1992 р.), Угоди про припиненню вогню і роз'єднання сил у зоні грузино-абхазького конфлікту (14.05.1994 р.) Росія була представлена достатньо чисельними військовими контингентами.

Серед завдань, які відповідно до положень установчих документів, належало виконувати російським військовим у складі миротворчих сил більшість була традиційними для міжнародної практики проведення операцій із підтримання миру [3 - 5]. Згода ж від суб'єктів конфліктів на розміщення миротворчого контингенту не мала одностороннього характеру. Поряд із цим, чи не кожна із операцій на пострадянському просторі за участю російських військових мала низку компонентів, рис, у більшості непритаманних ані для світової практики миротворчої діяльності, ані для декларованих Москвою поглядів, підходів щодо проведення такого роду заходів на інших політико-географічних напрямках. Йдеться, перш за все, про відступи у питаннях принципів, правового забезпечення та організаційно-структурних, інституціональних пріоритетів процедури підготовки операцій, представництва й системи політичного керівництва, контролю за ходом їх здійснення. У разі, якщо у ході аналізу зважати передовсім на присутність терміну «миротворчі сили» у документах щодо заснування, а не на сукупність функцій, завдань, які належало виконувати військовим на етапах проведення операції, то у випадку Таджикистану також мова може йти про відмінності у застосуванні «військово-силового компоненту». Ідея наділення миротворчого контингенту правом застосовувати жорсткі силові заходи у відповідь на порушення домовленостей про перемир'я мала прихильників серед представників органів зовнішніх зносин і у поширенні на інші райони військово-політичних конфліктів на теренах колишнього СРСР [1; 2; 6]. Проте у положеннях документів, якими були засновані операції у районах грузино-осетинського, придністровського, грузино-абхазького конфліктів у жодному випадку не було зафіксовано функціонального розмивання між підтри-

* здобувач кафедри міжнародних відносин та зовнішньої політики Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Коппель О.А.

манням миру і примусом до миру, між миротворчими операціями і діями, прийнятними швидше у межах системи колективної оборони [3 - 5].

За впливу сукупності різних за походженням, характером чинників та умов на процес ухвалення і реалізації зовнішньополітичних рішень у галузі безпеки на теренах колишнього СРСР, такі «відступи» російської сторони від пріоритетів світової практики підготовки, проведення операцій з підтримання миру, були, великою мірою, невідворотними. Йдеться, перш за все, про «історичний фактор» та умови, що уповільнювали відмову офіційної Москви від стереотипів минулого у підходах до проблем на території донедавна єдиної союзної держави; про відсутність у Російській Федерації досвіду не лише участі у заходах миротворчого характеру, а й власне відносин, зокрема із Азербайджаном, Грузією, Молдовою, Таджикистаном, на міждержавному рівні.

Таким чином, на етапах пошуку рішення питань підтримання миру у районах конфліктів на пострадянському просторі Росія відходила від принципів, підходів, що домінували у світовій практиці до початку 1990-х років. Однак у оцінках військово-політичної складової миротворчих зусиль будь-якої держави, в тому числі й Росії на пострадянському просторі, з точки зору автора, мають братися до уваги, в першу чергу, конкретні результати у справі сприяння наближенню урегулювання конфліктів. У цьому відношенні протягом 1990-х років зусиллями, головним чином, російських військових забезпечувалося виконання завдань із роз'єднання, зі створення зон безпеки, зі спостереження та контролю за дотриманням суб'єктами конфліктів зобов'язань військового характеру відповідно до чинних на той час домовленостей і угод. У ставленні ж до згаданих вище особливостей політико-правового та процедурного характеру російської діяльності із підтримання миру на теренах СРСР варто зважати, по-перше, на те, що у жодному випадку протягом 1990-х років вони «не зачіпали» імперативних норм загального міжнародного права; по-друге, на факт відсутності у випадку згаданих «відступів» такої риси як винятковість, зважаючи на тенденції у світовій практиці звернення до заходів миротворчого характеру від початку 1990-х років, на зміни у концепції миротворчої діяльності як напрямку міжнародної політики.

Посилання

1. Грачев П. Только санкции к воюющим сторонам смогут остановить конфликт в Абхазии // Красная звезда. 1993. 21 сентября.
2. Жилин Г. Решительно, жестко и без промедления должны действовать миротворческие силы // Военный вестник. 1993. № 9. с.17 – 19.
3. Соглашение о прекращении огня и разъединении сил в Абхазии // Совет Безопасности ООН. Официальные отчеты. 49-й год Дополнение за апрель, май, июнь 1994 года. Нью-Йорк. 1998. с. 215 - 216.
4. Соглашение о принципах мирного урегулирования вооруженного конфликта в Приднестровской регионе Республики Молдова // Дипломатический вестник. 1992. № 15/16. с.34 - 36.
5. Соглашение о принципах урегулирования грузино-осетинского конфликта // Российская газета. 1992. 27 июня.
6. Шаповалов А. Приволжцы примеряют «голубые каски» // Военный вестник. 1993. № 4. с. 2 – 5.

Сербіна К.*

ООН У БОРОТЬБІ З МІЖНАРОДНИМ ТЕРОРИЗМОМ

відносин, спричинені руйнуванням біполярної системи міжнародних відносин, з її усталеними механізмами протидій і противаг, системами взаємної безпеки. Розпад СРСР та «оксамитові революції» кінця 1980-х – початку 1990-х років у Центральній-Східній Європі відправили в минуле гостре протистояння двох ідеологій, відкривши шлях для побудови більш безпечного світоустрою, заснованого на конструктивній колективній співпраці всіх акторів міжнародних відносин.

Ці сподівання мали під собою реальну основу, що була закладена ще в роки Другої світової війни. Маємо на увазі єдину глобальну організацію людства – Організацію Об'єднаних Націй, яка і в ті складні часи була центром вироблення взаємоприйнятних «правил гри».

Саме розпад біполярного світу відкрив перед ООН великі можливості для самореалізації та розвитку закладеного в неї потенціалу.

Проте події останніх років свідчать, що реалії сьогодення багато в чому не співпадають з реаліями часів заснування ООН. Започатковані нові тенденції та процеси в системі міжнародних відносин, змінені конфігурації сил, на порядку денному з'явилися нові загрози та виклики.

Все це висунуло нові вимоги до ООН, на які вона реагує в межах застарілої функціональної та структурної систем, яка не дає очікуваних результатів і призводить до втрати нею довіри її членів.

В нове тисячоліття ООН увійшла функціонально слабкою, фінансово нестабільною, структурно непристосованою до сучасних реалій системою, що вимагає глибоких змін.

Розкриваючи слабкі сторони діяльності ООН на сучасному етапі та з'ясовуючи протиріччя і чинники історичного розвитку системи міжнародних відносин, які стали причиною їх появи, визначаємо ті об'єкти, вдала реформа яких, на думку дослідників, практиків міжнародних відносин та країн-членів ООН, дозволить їй повернути втрачені позиції й, можливо, зміцнить її роль на міжнародній арені.

Всі об'єкти реформування доцільно згрупувати за трьома напрямками:

1. Структура і повноваження головних і допоміжних органів ООН.
2. Методи та напрямки діяльності ООН.
3. Юридично-правова база функціонування ООН.

У відповідності до такого групування, удосконалення діяльності ООН буде здійснюватися за такими напрямками:

- злагодженість дій у межах усієї системи;
- співробітництво з регіональними організаціями;
- участь у діяльності ООН приватного сектору, місцевих влад і громадянського суспільства, включаючи неурядові організації;
- миротворча діяльність і миробудівництво;
- боротьба з тероризмом;
- питання роззброєння.

* студентка 6 курсу спеціальності «Міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Андреева О.М.

Усвідомлюючи безпрецедентне зростання загрози тероризму міжнародному миру і безпеці, світова спільнота вжила деяких заходів із створення законодавчої бази для спільних дій, включаючи прийняття 13 різних універсальних документів і поправок до них.

Радою Безпеки ООН було прийнято ряд ключових резолюцій, а саме: 1267 (1999 р.), 1373 (2001 р.), 1540 (2004 р.) та 1624 (2005 р.) та створено групу експертів, які надавали підтримку трьом допоміжним органам з питань боротьби з тероризмом. Це сприяло зростанню відповідальності держав за здійснення практичних заходів з попередження фінансування тероризму, переміщення терористів та їх доступу до зброї масового знищення, а також закликання до тероризму.

У вересні 2006 року Генеральною Асамблеєю ООН була прийнята Глобальна контртерористична стратегія, в основу якої лягла доповідь Генерального секретаря «Єдність у боротьбі з тероризмом: рекомендації з Глобальної контртерористичної стратегії», що будується на п'яти основних принципах:

- переконання груп людей у необхідності відмови від тероризму чи його підтримки;
- позбавлення терористів доступу до засобів для здійснення нападів;
- унеможливлення підтримки терористичних груп державами;
- зміцнення можливостей держав по викоріненню тероризму;
- захист прав людини в контексті тероризму і контртерористичної діяльності.

Глобальна контртерористична стратегія містить конкретний план дій по упередженню тероризму і боротьбі з ним, а також викоріненню невдоволеності, соціально-економічних та політичних умов, які є живильним середовищем для розповсюдження тероризму.

Після прийняття стратегії Цільова група по здійсненню контртерористичних заходів, яка була створена 2005 року та об'єднала 24 установи системи ООН, розробила коротко-терміновий план дій. У ньому визначено ряд ініціатив, завдяки яким Організація Об'єднаних Націй здатна досягти реальних результатів. Зокрема, вони включають:

- боротьбу з радикалізацією тероризму та вербуванням нових членів;
- задоволення потреб постраждалих;
- захист вразливих цілей;
- вивчення взаємозв'язку між попередженням/врегулюванням конфліктів і тероризмом;
- боротьбу з фінансуванням тероризму;
- протидію використанню мережі Internet у терористичних цілях.

У січні 2007 року Цільова група опублікувала «Мережевий посібник з боротьби проти тероризму». В липні того ж року набула чинності Міжнародна конвенція по боротьбі з актами ядерного тероризму.

5 вересня 2008 року в Москві було затверджено рішення Ради колективної безпеки (997-095) «Про План колективних дій держав-членів Організації Договору про колективну безпеку по реалізації Глобальної контртерористичної стратегії ООН на 2008-2012 роки», в якому наголошувалося на необхідності посилення антитерористичного потенціалу держав-членів Організації Договору про колективну безпеку і підвищенні ефективності колективних заходів боротьби з міжнародним тероризмом та екстремізмом з урахуванням рекомендацій Глобальної контртерористичної стратегії ООН.

В процесі удосконалення діяльності ООН у сфері боротьби з тероризмом є певні досягнення, хоча головне завдання – прийняття всеохоплюючої конвенції про міжнародний тероризм залишається невиконаним. Держави-члени ООН не можуть дійти згоди щодо єдиного універсального визначення поняття тероризм, і головною перешкодою на цьому шляху стала проблема визначення межі між боротьбою за незалежність і терористичною діяльністю.

Надувана В.*

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПРИЧИН ДЕМОГРАФІЧНОЇ КРИЗИ В УКРАЇНІ

Демографічній ситуації та її становищу на сьогодні приділяють уваги не лише в Україні, а й по всьому світі. Чисельність населення в Україні різко зменшується за останні роки, за офіційними даними на 1 серпня 2010р. в Україні, за оцінкою, проживало 45 850,9 тис. осіб. Упродовж січня–липня 2010р. чисельність населення зменшилася на 112,0 тис. осіб, або на 4,2 особи у розрахунку на 1000 жителів [1].

Забезпечення сприятливого демографічного розвитку передбачає підвищення якості життя населення на основі інтеграції демографічних цілей у стратегії сталого соціально-економічного розвитку, технології прийняття рішень і розподілу ресурсів на всіх рівнях управління. Особливого значення набувають фактори подолання бідності та захисту навколишнього середовища [2, с. 12].

Аналізом демографічної кризи займаються численні дослідники: Ліанова Е.М, Андрєєв Є.М., Васін С.О., Кваша К.А., Малєва Т.М., Макарова О.В. та ін., які приходять до єдиного висновку - для стабільного демографічного розвитку найважливішими факторами є народжуваність та смертність. Проте падіння народжуваності у сучасному світі можна вважати універсальним процесом, характерним для всіх країн, що переходять як до індустріальної, так і постіндустріальної фази розвитку. Досвід інших країн свідчить, що піднесення добробуту само по собі не впливає на зростання народжуваності.

Першопричиною зниження народжуваності у глобальному масштабі називають трансформацію інституту сім'ї (або інституціональну кризу сім'ї), перехід від традиційної патріархальної сільської сім'ї, до сім'ї міського типу з рисами індивідуалізму, участю у суспільному виробництві, користуванням державною системою соціального захисту. Складовою так званої «кризи традиційної сім'ї» є також зміна ролі жінки у суспільстві, тобто залучення жінки до суспільної праці і менша концентрація на сімейних обов'язках. Меншу кількість дітей у сучасній сім'ї можна розглядати як стратегічний вибір сучасної сім'ї, яка прагне зберегти певний рівень матеріального достатку і забезпечити дітям кращу якість догляду, виховання, освіти [3, с. 4].

Неефективною у вирішенні даного питання виявилась політика грошових виплат при народженні дитини. Широке та беззастережне використання прямого стимулювання народжуваності, на якому зараз ґрунтується вся демографічна політика України, створює ризик збільшення народжуваності переважно серед малозабезпечених і маргінальних верств населення. Це може призвести до низки негативних соціальних наслідків [4, с. 53]. Одноразова допомога виплачується в усіх європейських країнах, крім Нідерландів, Норвегії, Ісландії, Швеції і Монако. Потрібно зауважити, що в Україні ця виплата досить значна за світовими мірками. Загальна сума виплат в Ірландії - 1905 євро. В Люксембурзі - 1740 євро, в Ліхтенштейні сума ближча до української - 1690 дол. США. Словенія - єдина європейська країна, де зазначений вид допомоги (на рівні приблизно 2-х середніх заробітних плат) виплачується виключно дитячими товарами [5].

Ще однією важливою причиною демографічної кризи в Україні є підвищення рівня смертності. Зниження смертності у молодших вікових групах та збереження відносно по-

* студентка 5 курсу спеціальності «міжнародна інформація» Хмельницького національного університету
Науковий керівник: доц. Бондаренко О.І.

стійного рівня смертності осіб, старшого працездатного віку, зумовлюють практично стабільну величину очікуваної тривалості життя при народженні (62 роки у чол. та 74 – у жін.), одночасно приховують загрозливі тенденції зростання смертності у працездатному віці [6, с. 53]. За показником очікуваної тривалості життя при народженні Україна відстає від 27 європейських країн із найнижчими рівнями смертності на 11,2 року, від 25 країн Європейського регіону з більш високими рівнями смертності – на 6,6 року, а від Швейцарії – на 13,1 року. ВООЗ відносить Україну до групи з найвищими в європейському регіоні рівнями смертності – до регіону Європа-С (Білорусь, Естонія, Казахстан, Латвія, Литва, Молдова, Росія, Угорщина, Україна), але і серед цих 9 країн ми пасемо задніх [7, с. 25].

Окрім підвищення рівня смертності та падіння народжуваності ще однією причиною демографічної кризи в Україні є міграційні процеси. Легально за кордоном щороку працевлаштовується близько 50-60 тисяч осіб. За неофіційними даними, цифра сягає мільйонів. На четвертому Всесвітньому форумі українців називалась цифра – сім мільйонів трудових мігрантів. Більшість з них виїжджає за туристичними чи приватними візами, працює без необхідних документів [8].

На сьогодні загальна соціально-демографічна ситуація в Україні характеризується зростаючою тенденцією старіння населення; зниженням народжуваності при відносній стабілізації високого рівня смертності; погіршенням, стану здоров'я нації, в тому числі репродуктивного здоров'я; загостренням проблем сім'ї, материнства, і дитинства; наявністю, значного міграційного відтоку населення, причому переважно в працездатному віці. Всі ці фактори призводять до загального занепаду суспільства та демографічної політики, як пріоритетного напрямку національної безпеки України.

Література

1. Соціально-економічне становище України за січень–серпень 2010 року // <http://ukrstat.gov.ua/>
2. Концепція демографічного розвитку України на 2005–2015 роки // Демографія та соціальна економіка. - №1. – 2005. – с.188
3. Макарова О.В. Демографічна політика: сучасні реалії та перспективи// Демографія та соціальна економіка. - №1. – 2007. – с.220
4. Демографічна політика в Україні: чи варто платити більше? // Міжнародний Центр Перспективних Досліджень
5. Щодо міжнародного досвіду стимулювання народжуваності та основних напрямків його використання в Україні// <http://www.niss.gov.ua/Monitor/Oktober/3.htm>
6. Резерви продовження тривалості життя: демографічні аспекти Рингач Н.О., Шевчук П.Є.// Стратегічні пріоритети. - №1. - 2010. – с. 47 – 54.
7. Лібанова Е.М. Новітні тенденції смертності населення України // Демографія та соціальна економіка. - №1. – 2006. – с.204
8. Корчун М.О. Міграційні процеси в Україні// <http://intkonf.org/korchun-mo-migratsiyini-protsezi-v-ukrayini/>

Тихончук О.*

АНАЛІЗ ВЕКТОРІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Постійне підвищення рівня відкритості вітчизняної економіки та реалізація стратегічних завдань соціально-економічного розвитку зумовлюють необхідність формування зовнішньоекономічної політики України, виходячи з пріоритетності національних економічних інтересів.

Дане питання досліджували науковці Крючкова І., Данилова К., Шевчук В., Корнієнко Є., Василенко Ю., але актуальним є статистичний аналіз векторів зовнішньої торгівлі України зі стратегічними партнерами.

Аналіз міжнародно-економічних відносин України показав, що імпорт за січень-серпень 2010 р. з країн СНД в Україну становив 43,5%, Європи - 33,4% (в т.ч. з країн Європейського Союзу - 31,8%), Азії - 15,9%, Америки - 4,9 %, Африки - 1,7%, Австралії і Океанії — 0,6%. У загальному обсязі імпорту найбільші надходження здійснювалися з Російської Федерації - 36,2%, Китаю - 7,7%, Німеччини - 7,4% Польщі - 4,2%, Білорусі - 3,9%, США - 2,9%. Обсяги експорту в країни СНД становили 35,5% від загального обсягу експорту, Азії - 27,3%, Європи - 26,6% (в т.ч. в країни Європейського Союзу - 24,8%), Африки - 6,2%, Америки - 4,3%, Австралії і Океанії - 0,1% [1].

Росія є основним торговим партнером України. Товарообіг України з Російською Федерацією за 2009 рік становив \$21,7 млрд. і зменшився у порівнянні з 2008 роком на \$13,4 млрд. або на 38,2 %. Експорт товарів з України у порівнянні з 2008 роком зменшився на \$7,2 млрд. або на 46%, та становив \$8,5 млрд.. У структурі експорту товарів в 2009 р. найбільш вагомими були наступні групи: продукція машинобудування - 34,4%, металургійної промисловості - 19,0%, продовольча продукція - 16,3%, продукція хімічної промисловості - 9,7%.

Імпорт товарів у порівнянні з 2008 роком зменшився на \$6,1 млрд. або на 31,8%, і становив \$13,2 млрд.. У структурі загального українського імпорту за 2009 рік товари займають 95,3% (у 2008 році – 95,6%). У структурі українського експорту товарів в 2009 р. найбільш вагомими були наступні групи: енергоносії - 61,9%, продукція хімічної промисловості - 10,5%, продукція машинобудування - 10,7%, продукція металургійної промисловості - 6,1%. Сальдо у торгівлі товарами негативне і становило \$4,7 млрд. та у порівнянні з аналогічним періодом минулого року збільшилось на \$1,06 млрд. (у 2008 році від'ємне сальдо становило \$3,7 млрд.) [2]. Структура експорту та імпорту України у торгівлі з РФ у першому кварталі 2010 року становила відповідно: мінеральні продукти — 10% та 69,2%; хімічна продукція — 9,1% та 8,1%; деревина — 5,6% та 1,7%; метали — 20,5% та 6,4%; продукція машинобудування — 34,5% та 8,6%; продовольчі товари — 16,7% та 2,5%; інші товари — 3,6% та 3,6%. У першому півріччі 2010 року ЄС був одним з найбільших зовнішньоторговельних партнерів України. Частка експорту до ЄС-27 українських товарів та послуг становила 24,94%, а імпорту з ЄС — 33,52% . Так, найбільші групи товарів, що експортувалися з України до ЄС в 2009 році: недорогоцінні метали — \$2,1 млрд.; мінеральні продукти — \$1,3 млрд.; рослинні продукти — \$1,3 млрд. Найбільші

* студентка 5 курсу спеціальності «міжнародна інформація» Хмельницького національного університету
Науковий керівник: доц. Бондаренко О.І.

групи товарів, що імпортувалися в Україну з ЄС у 2009 році: обладнання, машини – \$3,5 млрд.; хімічна продукція – \$3,07 млрд.; транспортні засоби - \$922,7 млн. [3].

Враховуючи результати двосторонньої торгівлі між Україною та США за перший квартал 2009 року, слід зазначити, про значне зниження рівня двосторонньої торгівлі. Так загальний товарообіг за звітний період зменшився на 45% у відношенні до показника аналогічного періоду минулого року і становить \$408 млн.. Сальдо двосторонньої торгівлі було від'ємним і становило –\$ 32 млн. (за перший квартал 2008 року сальдо також було від'ємним - \$56 млн.). Імпорт американської продукції знизився на 45% та склав \$220 млн.. Експорт українських товарів знизився на 46% і становить \$188 млн. [4].

Українсько-китайські торговельно-економічні відносини включно до 2008 р. відзначалися сталістю нарощування двостороннього товарообігу. При цьому, Китай є одним з найбільших торговельних партнерів України. У 2009 році двосторонній товарообіг скоротився на 32,2 % порівняно з цим же періодом 2008 р. (на \$1,98млрд.) і склав \$4,2 млрд.. Український експорт зріс у 2,6 рази (на \$886,88 млн.) і досяг рівня \$1,4 млрд. (\$547,55 млн. у 2008 р.). Зростання українського експорту було, в основному, забезпечено нарощуванням обсягів поставок по трьом основним складовим: чорні метали; мінеральні продукти та машин і устаткування. Сальдо двосторонньої торгівлі залишалось від'ємним і склало \$1,3 млрд. (\$5 млрд. за 2008 р.). Групи товарів, що імпортувалися в Україну у 2009 р.: машини, устаткування та механізми, товари широкого вжитку, хімічну продукцію, прилади та апарати. У січні-червні 2010 року, за даними Держкомстату України, загальний обіг товарів між Україною та КНР становив \$2,3 млрд. (\$1,9 млрд. за 2009) та збільшився, у порівнянні з відповідним періодом 2009 року на 22,4 % (на \$427,43 млн.). При цьому, експорт з України становив \$495,60 млн. та зменшився на 39,2% (на \$319,16 млн.), а імпорт в Україну склав \$1,8 млрд. та збільшився у 1,7 рази (на \$746,59 млн.). Негативне сальдо становило \$1,3 млрд., його показник збільшився на \$1,06 млрд. [5].

Таким чином, із України вивозиться сировина та металопрокат, а ввозиться продукція широкого вжитку. Це може бути резервом для розвитку промисловості країни.

Література

1. Від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі товарами України за 8 міс. ц.р. зросло на 22%. // <http://www.rbc.ua/ukr/top/show/otritsatelnoe-saldo-vneshney-torgovli-tovarami-ukrainy-12102010115500>
2. Державна підтримка українського експорту: Зовнішня торгівля товарами з Російською Федерацією (2009 р.). // http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/tovaroobig_za_kab_stat/rus/3542.html
3. Економічна правда: Бодрова В. Український експорт: метрополія чи колонія? // <http://www.epravda.com.ua/publications/2010/10/8/251219/>.
4. Державна підтримка українського експорту: Стан торговельно-економічного співробітництва між Україною та США (1-й квартал 2009 р.). // http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/tovaroobig_za_kab_stat/usa/1957.html.
5. Стан торговельно-економічного співробітництва між Україною та Китайською Народною Республікою. Інформаційно-аналітична довідка (джерело – Мінекономіки України) // <http://www.china-ukraine.org/ru/statistics/101.html>.

Шамбір К.*

ТЕХНОЛОГІЇ ДЕРЖАВНОГО БРЕНДІНГУ У ФОРМУВАННІ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ

Термін бренд (англ. brand) походить від давньонорвезького слова і означає «ставити клеймо». Сьогодні поняття бренд вживається для позначення або ідентифікації виробника чи продавця продукту або послуги. Бренд є послідовним набором функціональних, емоційних та виразних обіцянок споживачеві [1].

Існує шість видів брендів, кожен з яких відіграє свою роль на ринку: товарні бренди (продукти споживання); сервісні бренди (послуги); особисті бренди (тобто конкретна людина як бренд); організаційні бренди (корпоративні бренди, політичні партії); бренди подій (концерти, турне, автомобільні гонки); географічні бренди (країни, міста, курорти) [2].

Основна складність державного брендінгу, на думку Філіпа Котлера, полягає в тому, що новий продукт на ринку – це *tabula rasa*, а країна завжди змушена враховувати власну історію та історію своєї взаємодії з іншими країнами, і тому ніколи не зможе змінити свій образ повністю. А лише скоректувати його [3, 4, 5].

Для України державний брендінг на сьогодні є особливо актуальним. Україна в очах іноземців вже тривалий час виступає як країна, де вибухнув Чорнобиль, як країна з політичною нестабільністю, зі слабкою економікою, не надійна для інвестицій. В середині країни відсутність державного брендінгу має наслідком тотальну неповагу до державних інституцій, відсутність лояльності до багатьох складових державності. Проведення в Україні Чемпіонату Європи з футболу в 2012 році може стати чудовим інформаційним приводом для поширення позитивної інформації про Україну. В контексті проведення цієї масштабної спортивної події для України корисним може виявитися досвід таких країн, як Німеччина (проводила Чемпіонат з футболу 2006), Великобританія (готується до Олімпійських ігор) та Польща (також готується до проведення Євро 2012).

Так, в Великобританії державний брендінг в основному направлений на сферу туризму. Ініціаторами та виконавцями програм часто виступають певні туристичні інституції, як то Британська туристична адміністрація чи Британська туристична рада. В 2003 році було створено єдину структуру VisitBritain, яка тепер займається підготовкою до Олімпіади 2012 [6].

Досвід Німеччини є яскравим прикладом співробітництва бізнесу та уряду в сфері брендінгу. Всі інформаційні кампанії Німеччини, зокрема найбільші з них *Du bist Deutschland* та *Germany – Land of Ideas*, здійснювалися за активної участі бізнесу та промисловості.

Для Польщі та України складнощі державного брендінгу полягають в тому, що обидві країни були країнами перехідного типу, і здійснюючи державний брендінг, необхідно перш за все визначитися з пріоритетними напрямками розвитку держави. Так, процеси державного брендінгу Польщі відбувалися в контексті вступу країни до ЄС.

* студентка 5 курсу спеціальності «міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Литвиненко Н.П.

Державний брендінг України значною мірою явище хаотичне і ускладнене політичною нестабільністю та не визначеністю пріоритетів розвитку країни. Розробка, фінансування та реалізації брендінг програм були покладені на державу, що в ситуації політичної турбулентності призвело до їх малоефективного виконання.

На законодавчому рівні діяльність по покращенню іміджу України визначена такими документами: «Державна програма забезпечення позитивного іміджу України на 2003-2006 роки», «Концепція державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу на 2007-2010 роки», Постанова Кабміну «Про затвердження державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року». Також Україна готує презентацію національного культурного бренду в межах Державної цільової програми підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу.

Щодо практичної реалізації концепцій, то в грудні 2005 року створення бренду «Україна» вперше зазвучало як комерційний проект, який фінансує держава і здійснює на основі відкритого тендеру спеціалізована компанія. Перший тендер провалився. В 2007 році тендер таки було проведено, перемогла компанія «Гранд-Прінт Україна». Було розроблено відеоролик та плакати про зимовий відпочинок в Карпатах («Ukraine. For snow-lovers»). В 2008 було розроблено новий проект і новий промо-ролик «Україна. З красою, ваша», який транслювався на CNN протягом 7 тижнів.

Такі кроки намагаються виправити та доповнити неурядові українські та закордонні структури. Діє неурядова організація «Україна Відома» (Ukraine Cognita); була започаткована професійно-громадська ініціатива «Discover Ukraine», що об'єднує зусилля бізнесу та громадян з розбудови міжнародного іміджу України в контексті проведення Євро 2012 [7].

Ідейним натхненням розробки стратегії побудови цілісного національного бренду повинна бути держава, але для її реалізації доцільно створити окрему структуру для співпраці влади з бізнесом у спільній справі формування державного бренду України.

Література

1. Keller, Kevin Lane: Strategic Brand Management, 3rd edition - Upper Saddle River - NJ: Prentice-Hall 2008.
2. Час розкручувати бренди. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://korolenko.kharkov.com/brand.htm>
3. Jack Trout, Steve Rivkin. Differentiate or Die: Survival in Our Era of Killer Competition. – Newly revised edition – 2008. – 272 p.
4. 11. Кеннет Роман. Дэвид Огилви и современная реклама. - Питер - 2010 г. - 256 стр.
5. Philip Kotler. Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations // Free press – 2000 – 400 стр.
6. Офіційний веб-сайт програми Visit Britain. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.visitbritain.org/aboutus/whatwedo.aspx>
7. Презентація ініціативи «Discover Ukraine». – 14 липня 2010 року - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.slideshare.net/economicforum/discoverukraine2012#>

Калініченко Л.*

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Бізнес – це інститут, породжений суспільством, і його внесок у суспільний розвиток безперервно зростає. У дусі розуміння цього 10 років тому була створена ініціатива Глобального договору (ГД) ООН – найбільша платформа з просування та стимулювання корпоративного громадянства та впровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу (СВБ).

В Україні ініціатива Глобального договору відіграла ключову роль у підвищенні рівня обізнаності про принципи соціальної відповідальності бізнесу та їх подальше впровадження у стратегію та щоденну діяльність українських підприємств. До речі, останнє розширення ГД в Україні відбулося 21.04.2010, коли компанія «Славутич» Carlsberg Group стала 149 учасником договору.

Розвиток національної мережі Глобального договору ООН надав поштовх нефінансовому звітуванню в Україні. Зокрема, 90 % нефінансових звітів, що з'явилися в Україні за останні роки, – це звіти членів Глобального договору. Проте сказати, що інформування громадськості про екологічні, економічні та соціальні досягнення ділових кіл стало загальноприйнятою практикою, все ще неможливо.

Якщо аналізувати розкриття інформації про нефінансові аспекти діяльності у макроекономічному розрізі, то в Україні лише 10 % компаній зі 100 найбільших за обсягами чистого доходу в 2010 році готують та публікують нефінансові звіти. Для порівняння – із 250 найбільших компаній у розвинених країнах такі звіти готують 80 % компаній. Сукупна частка компаній, що здійснюють соціальне звітування в Україні, складає 11,44 % ВВП (або 108,774 млрд. грн.) за сукупним доходом. Нефінансова звітність в Україні значно відстає за своїм поширенням від інших країн і має значний потенціал для розвитку. Розкрити який допоможуть стимули для програм з СВБ, відмічені різними за розмірами підприємствами (% підприємств).

Ефективність соціально відповідального інвестування передусім пов'язана з досягненням його основної мети — реалізацією можливості поєднання фінансового прибутку і етичних цінностей інвестора. Соціальне інвестування передбачає наступні види ефекту для компанії:

- фінансова ефективність (страхування ризиків, підвищення ефективності HR, маркетингу і продажів, скорочення операційних витрат і ін.);
- нефінансова ефективність (імідж і репутація підприємства, лояльність клієнтів і персоналу);
- ефективність впливу на ситуацію на території присутності.

І українські підприємства починають усвідомлювати перспективи, які відкриває перед ними участь у соціально відповідальних проектах. Одним з доказів цього є урочиста Церемонія нагородження переможців конкурсу «Рівні можливості: найкращий роботодавець 2010». Під час його проведення понад 90 українських підприємств та організацій продемонстрували власні практики у забезпеченні соціальних стимулів і гарантій власним співробітникам. Нижче наведені програми найактивніших учасників СВБ:

* студентка 4 курсу спеціальності «міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Шевченко О.В.

ТОВ «Ернст енд Янг» дає змогу мамам з дітьми до 14 років використовувати на власний розсуд 5 годин робочого часу щотижня без зниження оплати.

А компанія «Крафт Фудз Україна, в умовах економічної ситуації, що склалася в країні та світі, створила робочу групу для підтримки працівників. До її складу входять представники відділу людських ресурсів, фінансового та юридичного відділів, які добровільно зголосилися надавати індивідуальні поради і консультації по питаннях отриманих кредитів та ведення переговорів з банками. Прикладів подібних акцій в Україні вже, на щастя, немало. Існує також і єдиний портал Спільноти Соціально Відповідального Бізнесу, щоправда, останній більше схожий на «дошку пошани», аніж на місток між ідеями і капіталом. А, згідно з дослідженнями ООН в Україні, 47,1% компаній не цікавиться долею витрачених коштів, 17,3% підприємств проводить моніторинг тільки іноді, і лише 19,8% опитаних підприємств ведуть постійний моніторинг цільового використання коштів.

Для того щоб таких підприємств стало більше, ми маємо змінити розуміння принципів корпоративної соціальної відповідальності. Вона полягає не в висадці дерев в київському парку, подарунках дитячому будинку на Новий рік чи допомозі двом школам, а запровадженні якісно нових освітніх програм та заснуванні нових конструкторських бюро для розробки нових продуктів, а не імпортуванні готових - тоді це буде та соціальна відповідальність, яка потрібна Україні саме зараз.

Отже, стратегія соціальної відповідальності буде ефективною як для компанії так і для суспільства лише ставши частиною основної бізнес-стратегії, а не окремим проектом чи функцією зв'язків з громадськістю.

Мірошниченко Є.*

СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА В РОСІЙСЬКІЙ ФЕДЕРАЦІЇ

Високий рівень розвитку нових комунікаційних технологій та їх активне залучення у всі сфери людського життя сприяє формуванню інформаційного суспільства. Так становлення інформаційного суспільства є однією з актуальних задач Російської Федерації. В основі діяльності держави у цій сфері лежить формування відповідної законодавчої бази та створення умов, які сприятимуть переходу суспільство до якісно нового стану.

High development of information and communication technologies and its active usage in all spheres of peoples' life facilitate building of the information society. Thus the formation of Information Society becomes question of urgent importance for Russian Federation. In case of forming the basis of this issue the state creates legislation framework and condition, which would help the society experience qualitative changes.

В умовах невідомого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, людство є свідком переходу від традиційного суспільства, до нового якісно іншого, яке отримало назву «інформаційне». Інформаційне суспільство характеризується високим рівнем розвитку інформаційних та телекомунікаційних технологій і їх інтенсивним використання громадянами, бізнесом і органами державної влади [1].

Розвиток інформаційних технологій та їх проникнення у різноманітні сфери регіонального, державного і муніципального управління, і також у життя суспільства стало усвідомленою необхідністю для успішного розвитку держави. Так знання, інформаційні технології перетворились в безумовну домінуючу суспільного розвитку. У багатьох розвинутих в економічному плані країнах під їх впливом здійснюються грандіозні зміни, що буквально охоплюють усі сфери людської життєдіяльності [2].

Міжнародні рейтинги у сфері інформаційно-комунікаційних технологій інформують владу і громадян країни про те, чи конкурентноздатні вони в умовах неминучої глобалізації та прискорення технічного прогресу. Так, Росія посіла 41 місце серед 53 країн, в яких проводилось дане дослідження, відповідно до Індексу інформаційного суспільства [3], у 2009 році посіла 80 місце в світі відповідно до Індексу готовності до інформаційного суспільства (рейтинг Всесвітнього Економічного Форуму), 59 місце відповідно до Індексу готовності до електронного урядування (рейтинг ООН) [4].

Відповідно до існуючих індексів, становище РФ на світовій арені, у порівнянні з іншими країнами, є не високим, а тому це свідчить про необхідність зрушень на шляху активної інформатизації населення. Під інформатизацією слід розуміти процес, в рамках якого соціальні, технологічні, політичні і культурні механізми тісно пов'язані між собою, що являє собою процес прогресивно зростаючого використання інформаційних техноло-

* студентка 4 курсу спеціальності «Міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Белоусова Н.Б.

гій у цілях виробництва, обробки, зберігання і розповсюдження інформації, зокрема знань. Результатом цього є поява інформаційного суспільства, що супроводжується змінами не тільки виробничих структур і технологій, але і, головним чином, соціальних та економічних відносин [5].

У діяльності органів влади по розробці та реалізації державної політики у сфері розвитку інформаційного суспільства у Росії можна виокремити декілька основних етапів. На першому етапі (1991-1994 рр.) формувались основи у сфері інформатизації. Другий етап (1994-1998 рр.) – вироблення інформаційної політики. Третій етап, який триває і по сьогоднішній день, – полягає у формуванні політики у сфері побудови інформаційного суспільства. Основними державними документами, що регулюють діяльність держави у відповідній сфері є: ФЦП «Електронна Росія 2002-2010 рр.», Доктрина інформаційної безпеки РФ (2000р.) та ін. 30 вересня 2010 року урядом РФ було ухвалено нову програму «Інформаційне суспільство», яка розрахована на період з 2011 по 2020 рік. Основними напрями програми визначено: створення електронного уряду, підвищення якості життя громадян і покращення умов ведення бізнесу, подолання інформаційної нерівності, розвиток ринку ІКТ, збереження культурної спадщини.

Окрім, кроків, які здійснюються в політичній сфері, державою проводиться політика в соціальному вимірі, в основі якої лежить формування сприятливого ставлення людей до інформаційно-комунікаційних технологій, навчання комп'ютерній грамотності населення, тощо.

Більш детально розглянемо практичні кроки, які вже здійснені в процесі формування інформаційного суспільства в РФ:

- створення російського сегменту мережі Інтернет для органів державної влади РФ - Russian Government Internet Network;
- державним управлінням Президента РФ були розроблені технології та програмні засоби ведення еталонного банку правової інформації;
- всі федеральні органи виконавчої влади мають власні Інтернет-представництва;
- впровадження соціальних карт, - універсальний документ, який дозволяє не тільки здійснювати банківські операції, але і отримувати соціальні пільги;
- створення державної автоматизованої системи «Вибори».
- з 2009 року в усіх суб'єктах РФ діють пункти видачі біометричних паспортів.

Основними проблемами з практичної точки зору є те, що державна політика у сфері інформатизації практично не орієнтована на запит суспільства. За останні роки ситуація дещо покращилась, проте проблема інформаційної нерівності поки вирішується в країні майже виключно зусиллями держави, що накладає певний відбиток на результати. Запит громадян у сфері інформаційно-комунікаційних технологій тільки почав формуватися і усвідомлюватися, так що доки в циклі існування соціальної проблеми відсутня найважливіша ланка (усвідомлене бажання побудувати інформаційне суспільство і користуватись його благами).

Література

1. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации от 7 февраля 2008 г. N Пр-212 [Електронний ресурс] \ Сайт видавництва «Российская газета» Режим доступу: <http://www.rg.ru/2008/02/16/informacia-strategia-dok.html>
2. Попов А. А. Институциональные параметры Информационного общества (технологический, научный, социальный, антропологический) [Електронний ресурс] \ А. А. Попов \ Режим доступу: <http://www.ifap.ru/library/book324.pdf>
3. Information Society Index [Електронний ресурс] \ Сайт аналітичної компанії «IDC» Режим доступу: <http://www.idc.com/groups/isi/main.html>

4. Аналіз тенденцій світового досвіду побудови інформаційного суспільства [Електронний ресурс] \ \ Режим доступу: http://www.ecsor.com.ua/files/indicator_r1.pdf
5. Курносов И. Н. Роль государства в формировании информационного общества в России [Електронний ресурс] \ И. Н. Курносов \ \ Сайт Російського фонду фундаментальних досліджень Режим доступу: http://www.rffi.ru/default.asp?doc_id=5213
6. Рудницкий Г. Информационное общество в России будут оценивать по 298 показателям [Електронний ресурс] \ Г. Рудницкий \ \ Экспертна мережа з питань державного управління «ГосБук» Режим доступу: <http://www.gosbook.ru/node/8862>
7. Программа «Информационное общество» [Електронний ресурс] \ \ Веб-портал видавництва «Капитал страны» Режим доступу: <http://www.kapital-rus.ru/index.php/news/178038/>

Новак Р.*

ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ У ЧОРНОМОРСЬКОМУ РЕГІОНІ: БЕЗПЕКОВА СКЛАДОВА

Вага інформаційної безпеки зростає прискореними темпами. Це насамперед обумовлено стрімким розвитком технологій засобів зв'язку та інформаційних технологій, що обслуговують численні портали Інтернету. Завдяки цьому розширюється сфера внутрішньої інформаційної діяльності, міжнародного інформаційного співробітництва. Проте одночасно з'являються нові виклики національній безпеці, нейтралізація яких і потребує створення насамперед правового поля, у межах якого здійснювалося б інформаційне співробітництво, а також розробки та вжиття відповідних заходів політичного, економічного, технологічного характеру [1].

Участь України у міжнародних інтеграційних процесах, глобалізація суспільно-політичних процесів повинна супроводжуватися підвищенням рівня захисту національних інтересів шляхом проведення активної інформаційної політики в Чорноморському регіоні.

Реалізація повноцінного «Південного вектора» вимагає не тільки активної позиції, політичної (геополітичної) волі держави, але й професійних, скоординованих дій спецслужб, дипломатії, аналітичних центрів, державних діячів, політиків, а також концептуальної спільності, єдності поглядів і цілей, здатності проводити складні багатоходові проектні комбінації [2].

Отож, основними цілями України в Чорноморському регіоні є:

1. Створення середземноморсько-чорноморської зони економічної співпраці та безпеки:

З огляду на історичні обставини, Україна має тісні, багаторівневі зв'язки з Ізраїлем. У той же час Україна може розвивати відносини з арабським світом у науково-технічному, економічному та політичному напрямках. У тому числі з країнами, що демонструють ідеологічну неприязнь до Ізраїлю. При зваженій, послідовній та продуманій політиці, є всі шанси реалізувати функцію регіонального геополітичного парламентаря або провайдера арабо-ізраїльських спільних проектів (які з певних причин не можуть публічно демонструвати свій характер). Аналогічний підхід може бути реалізований, наприклад, щодо провайдингу проектів ЄС-Іран, які, незважаючи на взаємну вигоду, були згорнуті під кон'юнктурним тиском США. Подібне геополітичне посередництво з часом сформувало б «м'яку міць» українського зовнішньополітичного статусу [3].

2. Оцінка потенціалу виникнення конфліктів та посилення безпеки шляхом регіонального співробітництва в Чорноморському регіоні, його головних досягнень та недоліків, а також пропозиція можливих сфер майбутніх дій з посилення регіональної безпеки і стабільності в регіоні.

Країнам Чорноморського регіону важливо вживати спільні зусилля щодо стримування тероризму, наркобізнесу та незаконного розповсюдження зброї, міграції та торгівлі людьми. Тому необхідним є багатостороннє регіональне співробітництво у створенні та застосуванні ефективних інструментів стримування транснаціональних загроз безпеки.

* студент 4 курсу спеціальності «міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Андрєєва О.М.

Пріоритет слід віддавати програмам та проектам, націленим на визначення сфер консультацій, прийняття рішень і дій з метою ефективного запобігання та протидії новим ризикам безпеки в Чорноморському регіоні, зокрема, тим, які виробляють критерії та методи для коректного моніторингу та оцінки транскордонної злочинності [4].

3. Формування власного інформаційного простору і створення сприятливої атмосфери для активізації процесів вироблення погляду на спільне вирішення проблем у межах Чорноморського регіону. Досягнення реального порозуміння за рахунок принципово нових механізмів самоорганізації потоків інформаційних обмінів.

Існуючі між країнами Чорноморського регіону культурні, історичні, ментальні та релігійні відмінності та стереотипи слід долати шляхом створення відповідного інформаційного простору, котрий сприятиме формуванню думки про важливість взаємовигідної співпраці між країнами регіону. На державному рівні у двосторонньому та багатосторонньому форматі необхідно ініціювати різноманітні культурні заходи та програми, наприклад, рік культури однієї держави в іншій, здійснювати обмін студентами, проведення спільних міжнародних конференцій та освітніх заходів, виділення грантів для суспільних організацій на проведення соціальних та освітніх проектів за даною тематикою тощо. Все це формуватиме лояльність у ставленні громадян країн регіону до мешканців сусідніх держав, об'єднуватиме регіон на основі спільності інтересів та цілей [5].

4. Забезпечення надійного контролю повітряного, надводного, підводного, сухопутного просторів, виключної морської економічної зони за рахунок створення Державної Інтегрованої Інформаційної Системи (ДІС).

Наслідками розбудови Державної Інтегрованої Інформаційної Системи будуть: загальне покращення іміджу України та її привабливості як розвинутої високотехнологічної держави і партнера у галузях економічного, транспортного і військового співробітництва, підвищення обороноздатності України, недоторканості державного кордону, рівня захисту від тероризму [6].

Інформаційна політика як система не може бути сформована у відриві від соціально-економічної стратегії. Якщо не впливати на ці процеси, допускати чи не помічати інформаційної експансії у власний простір, можна втратити важелі впливу на власну країну.

Отже, розбудова інформаційних взаємозв'язків з іншими країнами регіону є надзвичайно вигідною для України. Процес переходу до інформаційного суспільства характеризується різким зростанням частки у ВВП галузі інформаційних послуг. Суспільство стає все відкритішим інформаційно, а наявність глобальних телекомунікаційних мереж дає можливість практично без урахування кордонів організувати індустрію інформаційних послуг.

Крім того, Україна може використати ряд інструментів для активізації Чорноморського співробітництва в економічній, транспортній сфері та сфері культури. Україна має механізми сприяння подоланню цивілізаційних бар'єрів, самоідентифікації українців з Чорноморським регіоном та вирішення територіальних спорів з країнами-членами ОЧЕС.

Література

1. Морозов О.Л. Інформаційна безпека в умовах сучасного стану і перспектив розвитку державності [Електронний ресурс]: Журнал Верховної Ради України «Віче» - Режим доступу до матеріалу: <http://www.viche.info/journal/598/>
2. Косов Ю.В. Безопасность: геополитический аспект [Електронний ресурс]: Интернет-портал «Национальная безопасность» - Режим доступу до матеріалу: <http://www.nationalsecurity.ru/library/00008/00008report4.htm>

3. Сергей Позний. «Не зависимо, занимается ли Украина «южным вектором», этот «вектор» занимается Украиной» [Электронный ресурс]: Интернет-портал «Диалог.UA» - Режим доступа до матеріалу: http://dialogs.org.ua/dialog.php?id=58&op_id=976#976
4. Проект IREX: «РЕГИОНАЛИЗМ, СУБ-РЕГИОНАЛИЗМ И БЕЗОПАСНОСТЬ В ЧЕРНОМОРСКОМ РЕГИОНЕ» [Электронный ресурс]: Интернет-портал «Harvard University» - Режим доступа до матеріалу: http://www.harvard-bssp.org/bssp_rus/publications/225
5. Крылов В.С., Янова Н.П., Данилова А.В. Крымский координационный центр [Электронный ресурс]: Интернет-портал «ЛИГА.Новости» Режим доступа до матеріалу: <http://news.liga.net/news/N1019678.html>
6. Бичков О. Проблеми спостереження, навігації, зв'язку і контролю обстановки в чорноморсько-азовській зоні [Электронный ресурс]: Центр содействия изучению геополитических проблем и евроатлантического сотрудничества Черноморского региона «Номос» - Режим доступа до матеріалу: <http://nomos.com.ua/content/view/129/82/>

Ополинська Д.*

ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В КОНТЕКСТІ БОРОТЬБИ З МІЖНАРОДНИМ ТЕРОРИЗМОМ

В статті досліджено роль засобів масової інформації в контексті міжнародного тероризму та проаналізовано роль інформаційного чинника в організації та здійсненні антитерористичних кампаній.

На початку третього тисячоліття тероризм став однією з головних проблем людства, що обумовлює необхідність відпрацювання нових підходів щодо зміни сутності глобальної загрози та розбудови нових методів безпечного співіснування за умов докорінних змін у геополітичному просторі. У сучасному світі тероризм становить одну з значних загроз безпечному й стабільному розвитку. Істотного збитку міжнародний тероризм завдає суспільній, економічній, культурній безпеці держав, їх національним інтересам. Його можна розглядати як деструктивний модус соціально-політичних режимних змін, що об'єктивно посилюється в умовах глобалізації. Саме завдяки цьому процесові сучасний тероризм набуває змін і виходить на новий рівень, удосконалюючись й активізуючись. Інформаційні технології, що активно розвиваються в умовах процесу загальної глобалізації, дають такому деструктивному феноменові, як тероризм, нові можливості й засоби надання впливу та поширення своїх ідей.

Протиріччя формування й розвитку сучасного суспільства підсилюють можливості небезпечного впливу терористичної погрози на інформаційний простір держави. Специфіка проникнення й установа контролю терористичних мереж над окремими ділянками глобального інформаційного простору визначається його базовими складовими - границями, інфраструктурою й інформаційними ресурсами.

Особливості терористичної діяльності, в першу чергу організаційні, вимагають певних умов для її розвитку. Однією з таких умов є, наприклад, інформаційне забезпечення насильницької стратегії, яке є достатнім лише в суспільствах, де тероризм не перетворився ще на традиційну норму політичного життя.

Захист національного інформаційного простору стає пріоритетним напрямком у здійсненні концепції національної безпеки сучасної держави. Засоби масової інформації формують думки в сучасному суспільстві, створюють стійкі стереотипи сприйняття дійсності. Доступність інформаційних ресурсів, можливість безперешкодного обміну інформацією, неконтрольованість інформаційних потоків збільшують можливості маніпулювання інформацією та використання інформаційного простору як полігону для дослідів над масовою свідомістю. Міжнародні терористичні організації активно освоюють інформаційний простір, використовуючи в своїх інтересах засоби масової інформації, застосовуючи у взаємодії з ними сучасні політичні технології. Здійснення терористичних актів, що супроводжується появою інтерв'ю терористів на провідних світових телеканалах, інформація про погрози нових терактів, регулярно просочуються в пресу, визначають підвищений

* студентка 4 курсу спеціальності «міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Литвиненко Н.П.

інтерес публіки до терористичних організацій, що стимулює ЗМІ широко висвітлювати дану проблему.

Відносини з громадськістю є найважливішою зброєю терористів, а засоби масової інформації є головним інструментом використання цієї зброї. Таким чином, головною метою тероризму є громадська думка, конкретно - його деморалізація або зміна панівних настроїв. Тому тероризм має сенс у тих суспільствах, де велике значення публічної «громадської думки».

Взаємини між національними урядами та міжнародними терористичними організаціями в площині інформаційного простору можна визначити як перманентну інформаційну боротьбу, під якою ми розуміємо суперництво сторін у вигляді комплексу заходів, акцій та операцій, спрямованих на завоювання інформаційної переваги над супротивником. Боротьба інтересів, зачіпає й інформаційний простір, часто трансформується в інформаційні війни - більш масштабні конфлікти, що мають на меті досягнення інформаційного домінування на певних ділянках інформаційного простору.

У більшості країн пострадянського простору на сьогоднішній день відсутній узгоджений підхід до антитерористичної інформаційної політики. Існують прогалини в інформаційному та антитерористичному законодавстві, періодично змінюються підходи до визначення політики в галузі ЗМІ щодо висвітлення терактів, не визначені механізми протидії використанню інформаційно-телекомунікаційних систем в злочинних цілях. Розробка теоретичних основ антитерористичної інформаційної політики держави також представляється недостатньою за кількістю та напрямками наукових досліджень.

Обов'язковою умовою організації інформаційної протидії терору є створення спеціального державного органу, функціонально покликаного вирішувати стратегічне завдання організації інформаційної протидії терору і координації інформаційних дій усіх задіяних державних структур. З урахуванням прогресування загрози тероризму в загальносвітовому масштабі, російська держава на міжнародному рівні має вживати заходів, спрямованих на нарощування правовстановлюючої нормативної бази щодо вдосконалення боротьби з терором на «інформаційному полі».

Список використаних джерел

1. Голубев В. А. Кибертерроризм как новая форма терроризма [Электронный ресурс] / В. А. Голубев. – Режим доступа: http://www.crime-research.ru/library/Gol_tem3.htm
2. Гребенчук Ю. Роль СМИ в освещении экстремальных событий, терактов и катастроф [Электронный ресурс] / Ю. Гребенчук. – Режим доступа: <http://www.kr-eho.info/index.php?name=News&op=article&sid=3017>
3. Курбацкий А. Н. Роль СМИ в борьбе с международным терроризмом [Электронный ресурс] / А. Н. Курбацкий. – Режим доступа: <http://cryptography.ru/db/msg.html?mid=1169670>
4. Кушнарев Ф.Ю. Информационная политика России в условиях модернизации политической системы. Дис ... канд. полит. наук./ Ф.Ю Кушнарев. - М.,2005.

*Питайчук Л.**

РОЗБУДОВА ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПРИ ВПРОВАДЖЕННІ БАЗИ ДАНИХ СПОН

This article deals with the consequences of implementation of the «System of Personal Registration of Population» data base in Russia.

У статті йдеться про особливості дотримання інформаційної безпеки при впровадженні бази даних «Система персонального обліку населення» в Росії.

Ідея створення загальнонаціональних баз даних (БД), в яких знаходиться інформація про населення країни, далеко не нова. Багато країн світу, в першу чергу розвинені (як, наприклад, Великобританія), давно розробили концепції створення єдиної БД обліку населення і успішно їх реалізували. Це є актуальним і для Російської Федерації, що вирішила наслідувати приклад світової спільноти і також розробила власну концепцію створення Системи персонального обліку населення (СПОН). Проте соціальні, політичні та економічні реалії РФ вимагають перегляду питань, що стосуються інформаційної безпеки СПОН. З точки зору авторів, при впровадженні будь-яких БД типу СПОН окремо на передньому плані повинна розглядатися концепція розбудови інформаційної безпеки.

В нашому дослідженні різнобічно вивчені існуючі загрози та визначені шляхи їх подолання. Тут викладаємо лише деякі з них, які на думку авторів є найважливіші.

Концепція створення системи СПОН у Росії була підготовлена Міністерством економічного розвитку і торгівлі РФ і схвалена розпорядженням Уряду РФ №748-р від 9 червня 2005 року [1].

В основу системи був покладений «Державний реєстр населення», що включав унікальний для кожної людини ідентифікатор персональних даних та відповідні йому біометричні дані [3].

У 2005-2006 рр. тема персональних даних не раз викликала бурхливу громадську дискусію з точки зору дотримання інформаційної безпеки. Громадяни, політики, державні службовці висловили численні побоювання, пов'язані з можливими загрозами правам та свободам людини і громадянина, а також безпеці держави у зв'язку зі створенням системи персонального обліку населення [1].

Основне занепокоєння громадян і правозахисників викликала ідея присвоєння кожному громадянину персонального номера – єдиного ідентифікатора персональних даних (ІПД), який в деякій мірі є аналогом електронного посвідчення особи. Також турбувала можливість впровадження єдиної БД персональної інформації, яка б розміщувалася на єдиному сервері: її безпека викликала серйозні сумніви. Саме тому у 2006 році була створена нова концепція цієї БД.

У нових принципах СПОН спеціально обумовлювалося, що ІПД не може бути використаний для ідентифікації особи. Крім того, в межах СПОН не повинен був створюватися

* студентка 4 курсу спеціальності «міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Чичкань І.В.

«загальний» реєстр населення, а мав відбуватися обмін інформацією між відомствами. Обмін інформацією мав бути строго регламентований, а громадянин повинен був мати змогу перевірити, коли і в яких обсягах відомства обмінювалися інформацією про нього. Така концепція була схвалена правозахисниками [2]. Ця конфігурація БД була прийнята, і тоді ж було визначено, що там має бути шість полів – прізвище, ім'я, по батькові, стать, дата народження, рік народження [5].

На сьогодні БД СПОН все ще знаходиться на етапі формування – згідно з планом 2006 року, вона має створюватися сім років. Проте, незважаючи на нову концепцію і державний контроль, більшість росіян мають сумніви у доцільності впровадження такої системи БД саме із міркувань безпеки. Одна з причин полягає в тому, що на сьогодні в Росії за певну суму можна отримати будь-яку БД. Наприклад, ще в 2004 році БД «Доходи фізичних осіб (Москва) за 2003 рік» з інформацією, призначеною для Пенсійного фонду та податкових органів, можна було придбати всього за 50-200 доларів США [3]. Та й на сьогодні ситуація не поліпшилась. Варто лише ввести у будь-яку пошукову машину запит «купити базу даних» – і одразу потрапляєш на сотні форумів, де люди продають, купують і діляться враженнями від покупки БД різних рівнів необхідності і вартості.

Практика щорічних витоків з державних і приватних організацій свідчить, що на ринку існує стійкий попит на персональні дані. У Росії він задовольняється майже повністю: на чорному ринку пропонуються БД різних міністерств і відомств. Таким чином, можна з великою долею вірогідності стверджувати, що персональна інформація, яка буде доступна в єдиному вигляді через СПОН, потрапить на прилавки торговців даного виду товаром [4].

Проблеми також можуть виникнути і через безграмотність у сфері високих технологій та низького рівня комп'ютеризації країни. Ніколи не можна виключати прогалини в технічному захисті даних і недооцінювати можливості хакерських атак. А враховуючи важливість БД, то їх реалізацію можна прогнозувати з великим рівнем вірогідності.

У ролі висновків пропонуються конкретні кроки щодо розбудови інформаційної безпеки при впровадженні глобальних БД. По-перше, слід організувати систему державного управління таким чином, щоб звести до мінімуму рівень корумпованості і нечесності чиновників, що мають доступ до даних. По-друге, необхідно підвищувати рівень комп'ютерної грамотності тих, хто має доступ до БД, зокрема ширше організувати інформування в галузі комп'ютерної безпеки. По-третє, для технічного захисту баз даних від хакерських атак слід забезпечити фізичну цілісність серверів, де знаходяться БД, і залучати для їх обслуговування ІТ-спеціалістів найвищого рівня.

Література

1. Справка по системе персонального учета населения (СПОН) [Електронний ресурс] // Информационное общество и общества знаний: новости, события, комментарии, аналитика... – 25.07.2006 – Режим доступу: www.ifar.ru/pr/2006/060725aa.doc
2. Представлена новая концепция СПОН [Електронний ресурс] // Security Lab – 28.07.2006 – Режим доступу: <http://www.securitylab.ru/news/271267.php>
3. Персональные данные всех россиян объединят в единую базу [Електронний ресурс] // Security Lab – 15.06.2005 – Режим доступу: <http://www.securitylab.ru/news/215586.php>
4. Безопасность общенациональной базы частных данных [Електронний ресурс] // Security Lab – 01.12.2005 – Режим доступу: <http://www.securitylab.ru/opinion/242541.php?R1=RSS&R2=allnews>
5. Насакин Р. Слив утечек [Електронний ресурс] // КомпьютерраOnline – 27.03.2007 – Режим доступу: <http://www.computerra.ru/focus/312185/>

*Русских М.**

ПОЛІТИКА США В СФЕРІ КІБЕРБЕЗПЕКИ

З масовим поширенням кожного нового покоління інформаційно-комунікаційних технологій відповідно зростає рівень їхнього використання урядом Сполучених Штатів Америки. Державні та місцеві органи влади використовують технології нового покоління для більш ефективного виконання повсякденних адміністративних функцій, для вдосконалення роботи державних відомств та служб, для доступу до урядової інформації. Федеральний уряд Сполучених Штатів впровадив еволюційні ІКТ також і для виконання важливих державних функцій, таких як діяльність у галузі зовнішніх зносин, військового командування та управління, зовнішньої розвідки.

Директива по забезпеченню національної безпеки №54 (National Security Presidential Directive 54 – NSPD-54), та директива по забезпеченню внутрішньої безпеки №23 (Homeland Security Presidential Directive 23 – HSPD-23) видані колишнім президентом США Дж. Бушем, визначають поняття «кіберпростір» як незалежну мережу інформаційних технологій та інфраструктури, яка включає в себе Інтернет, телекомунікаційні мережі, комп'ютерні системи, а також вбудовані процесори і контролери у важливих галузях промисловості. Глобально взаємопов'язана цифрова інформаційна та комунікаційна інфраструктура – кіберпростір – підтримує практично кожний аспект сучасного суспільства, а також є важливим фундаментом для економіки США, громадської інфраструктури, безпеки громадян, а також національної безпеки [1].

У доповіді комісії з кібербезпеки США, створеної після серії атак на мережі Пентагону в 2007-2008 році, проголошеної у грудні 2008 року чітко зазначено: «Неспроможність Сполучених Штатів захистити кіберпростір є однією з найважливіших проблем національної безпеки держави, з якою зіштовхнеться нова адміністрація президента» [2]. Загрози кіберпростору є однією з найважливіших викликів економічній та національній безпеці Сполучених Штатів в цілому. Населення, торгівля, життєво важлива інфраструктура, а також уряд США є своєрідними «мішенями» для зростаючої кількості державних та недержавних суб'єктів, таких як терористичні угруповання, міжнародні злочинні угруповання. Ці суб'єкти мають можливість піддавати небезпеці, красти, змінювати, або повністю знищувати інформацію. Як нещодавно зазначив керівник національної розвідки Сполучених Штатів, «зростаюча взаємопов'язаність інформаційних систем, Інтернету та іншої інфраструктури створює можливості для хакерів руйнувати телекомунікаційні мережі, лінії електропередач, нафтопереробні пристрої, фінансові мережі та іншу життєво важливу інфраструктуру». Урядові органи розвідки США оцінюють, що вже існує ряд держав, які мають технологічну спроможність наносити такі атаки [1].

Президентські директиви Дж. Буша NSPD-54 та HSPD-23, видані 8 січня 2008 року поклали початок комплексу заходів по захисту кіберпростору США, які проводяться теперішньою адміністрацією Вашингтона. Саме тоді починання экс-президента у галузі кібербезпеки отримали назву Комплексної національної ініціативи забезпечення

* студентка 4 курсу спеціальності «міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Андреева О.М.

кібербезпеки (The Comprehensive National Cybersecurity Initiative – CNCI). Тоді до громадськості були донесені лише загальні напрями діяльності по розробці цієї програми, вона мала гриф «секретно». Проте у вересні 2010 року громадяни США отримали можливість ознайомитися з попередньо закритими положеннями CNCI на сайті Ради національної безпеки, де були опубліковані 12 напрямів діяльності федеральних відомств Сполучених Штатів, відповідальних за забезпечення захисту інформаційних мереж [3]. Основна ціль CNCI полягає в укріпленні правопорядку, розвідки, контррозвідки та військового потенціалу для вирішення повного спектру кіберзагроз [4]. Донесення до громадськості національної ініціативи забезпечення кібербезпеки Вашингтону в області кібербезпеки було здійснено відповідно до меморандуму про відкритість і прозорість американського уряду, виданий Президентом США Б. Обамою на початку 2010 року.

Одразу після вступу на посаду Президента США, Б. Обама видав наказ про проведення ретельного аналізу заходів, що проводяться відповідальними федеральними структурами з організації ефективного захисту національної інфраструктури зв'язку і передачі даних, і про розробку комплексного підходу до забезпечення надійного захисту кіберпростору США [3].

Заявляючи, що хакери є однією з головних загроз економічній та національній безпеці США, 29 травня 2009 року Президент США Б. Обама заявив про створення в Білому Домі відділу з кібербезпеки, очолювати який доручив «кіберцарю», обов'язки якого передбачають координацію роботи урядових агентств та зусиль по забезпеченню інформаційної безпеки. «Кіберцар» має звітуватися перед Радою національної безпеки та Економічною радою, а також регулярно звітуватися президенту [5].

Усвідомлюючи виклики, що представляють собою кібератаки, Президент США визначив забезпечення кібербезпеки як одне з пріоритетних завдань його адміністрації. З метою забезпечення стійкості, надійності, та захищеності кіберпростору для підтримки цілей економічного зростання, захисту громадянських свобод та прав на приватне життя, національної безпеки та постійного удосконалення демократичних інститутів, кібербезпека має увійти в ряд першочергових національних пріоритетних завдань. Виконання цього важливого і складного завдання можливе лише за умови ефективного керівництва на найвищому урядовому рівні. Адміністрація вже створила Міжвідомчий комітет, що проводить політику з питань інформаційно-комунікаційної інфраструктури (Information and Communications infrastructure Interagency Policy Committee (ICI-IPC), який очолює Рада національної безпеки та Рада внутрішньої безпеки США, в якості основного органу, що координує політику з питань, що стосуються створення надійної та безпечної глобальної інформаційної та комунікаційної інфраструктури та пов'язаних з нею можливостей [1].

Відповідно до рекомендацій фахівців, викладених у звіті «Огляд політики у кіберпросторі» за вказівкою президента, нова адміністративна структура Білого дому повинна співпрацювати з усіма провідними федеральними відомствами, що відповідають за забезпечення безпеки систем і засобів національної інформаційної інфраструктури. Вони також зобов'язані безперервно взаємодіяти з урядами штатів, керівництвом органів місцевого управління та відповідними підрозділами приватних фірм, які забезпечують захист закритих корпоративних даних [3].

США потребують всеохоплюючу структурну схему, яка буде сприяти чітким та скоординованим відповідям уряду та приватного сектору на серйозні кібератаки. Федеральний уряд, державний, та місцеві уряди мають удосконалювати свої плани та ресурси, направлені на те щоб виявити, попередити, та відповісти на серйозні кібератаки. Оскільки кібератаки впливають на взаємопов'язані мережі як урядові, так і промислові,

координація планів та ресурсів уряду та промислового сектору є важливою до, під час, та після серйозних атак.

Література

1. Cyberspace Policy Review [Електронний ресурс] / National Security Council – Режим доступу до ресурсу: http://www.whitehouse.gov/assets/documents/Cyberspace_Policy_Review_final.pdf
2. Securing Cyberspace for the 44th Presidency [Електронний ресурс] / A Report of the CSIS Commission on Cybersecurity for the 44th Presidency / Washington, DC – 2008 – Режим доступу до ресурсу: [csis.org/files/media/csis/pubs/081208_securingcyberspace_44.pdf](http://www.csis.org/files/media/csis/pubs/081208_securingcyberspace_44.pdf)
3. США продолжают созидать киберстену [Електронний ресурс] / В.Иванов // Независимое военное обозрение – 2010-04-09 – Режим доступу до ресурсу: http://nvo.ng.ru/spforces/2010-04-09/15_cyberwall.html
4. Cyberspace Policy Review – 2009 «The cyberSpace Race» [Електронний ресурс] / Southern Virginia Security cyWar Stories – 06.06.2009 – Режим доступу до ресурсу: <http://www.sovasec.com/tag/ici-ipc/>
5. «Барак Обама учредил в Белом доме должность «киберцаря» [Електронний ресурс] / Information Security – 01.06.2009 – Режим доступу до ресурсу: http://www.itsec.ru/newstext.php?news_id=58330

*Яровий Д.**

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЦЕНТРАЛЬНОЇ АЗІЇ В КОНТЕКСТІ СИСТЕМИ РЕГІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Центральна Азія не є прикладом регіону з розвиненим інформаційним суспільством. Цей проблемний регіон не належить до лідерів промислового виробництва, не випереджає своїх сусідів за економічними показниками. Проте застосування в ньому інформаційних технологій є не суто формальним процесом та має певні здобутки на шляху свого впровадження.

Існує сценарій розвитку подій в Центральній Азії, що умовно називається «Великий Шовковий Шлях». Він найбільше відповідає національним та регіональним інтересам, і в розвитку цього сценарію закладені основні перспективи розвитку. Цей сценарій полягає у становленні Центральної Азії як комунікаційного та інформаційного вузла. Якщо дивитися на регіон з цієї точки зору, Казахстан і Узбекистан поступаються лідерськими позиціями на користь Киргизстану [1,2].

Киргизстан має стратегічне розташування в Центральній Азії, і його керівництво має плани щодо перетворення республіки на транспортно-комунікаційний та сервісний центр регіону, транзитній ворота між Китаєм та Європою. Інша амбітна ціль киргизької влади – Киргизстан як регіональний центр інформаційно-комунікаційних технологій. В цьому напрямку розроблена модельна програма «Інформаційно-комунікаційні технології для розвитку», що стає основою для інтеграції країни у світову спільноту. За активного сприяння Японії в державі створено центр інформаційних технологій, що має дати імпульс створенню інформаційного суспільства [3].

У 2009 році на Алматинській міжнародно-практичній конференції «Нові інформаційні технології в освіті» було розглянуто програму діяльності ЮНЕСКО в сфері освіти та інформаційно-комунікаційних технологій в Центральній Азії. Міжнародні організації виявили зацікавленість процесами інформатизації в регіоні і досі надають підтримки регіону в розвитку інформаційної сфери та її впливу на регіональну безпеку [4].

Згідно з основоположним документом, органом, який опікується проблемами побудови та розвитку інформаційного суспільства, є Координаційна рада з розвитку комп'ютеризації та інформаційно-комунікаційних технологій. Діяльність Ради де-факто носить регулюючий характер в сфері інформації та комунікації. Серед задач, які виконує Рада, доцільно виділити «забезпечення узгодженої політики і спільної участі органів державного управління, приватного сектору та громадських організацій при виконанні програм розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, формуванні та розвитку національної інформаційної інфраструктури».

В Узбекистані, наприклад, створена Асоціація підприємств і організацій інформаційних технологій по консолідації зусиль державного і приватного сектора для прискореного розвитку ІКТ. Нині її членами стали десятки провідних компаній ІТ-ринку регіону. Нею створено також центр компетенції з електронного урядування, який на безоплатній основі покликаний надавати компаніям-партнерам умови для просування їх

* студент 4 курсу спеціальності «міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Андреева О.М.

товарів і послуг в області електронного управління, здійснювати наукові дослідження, проводити пропагандистську роботу з розповсюдження ідей становлення інформаційного суспільства [2].

Щороку в регіоні проводиться тиждень інформаційно-комунікаційних технологій InfoCom, що організовується спільно з Програмою розвитку ООН в особі Проекту «Політика ІКТ». Тиждень охоплює ряд заходів. У їх числі виставка «ІСТЕхро», Національний саміт з інформаційно-комунікаційних технологій та інші [5].

Активно підвищуються виробничі потужності підприємств, впроваджуються новітні техніка і технології. Система телекомунікацій регіону має прямі міжнародні канали з виходом на 180 країн світу, при цьому використовуються волоконно-оптичні та супутникові системи. Проте ряд об'єктів інфраструктури є морально або фізично застарілими, оновлення відбувається лише на папері, оскільки бюрократизм та відписки є сумнозвісною традицією центральноазійських країн з радянських часів [6].

Сформоване конкурентне середовище дозволило значно збільшити кількість операторів і провайдерів послуг Інтернету, а також пунктів колективного доступу до всесвітньої павутини. При цьому проблема регулювання Інтернету залишається досить гострою. Частково підходи до її вирішення закладені в діючі програми або позначені в усних висловлюваннях офіційних осіб. При цьому обмеження доступу до сайту Facebook, накладене владою Узбекистану 22 жовтня 2010 року, взагалі викликає подив і сумнів і ставить під питання всі декларації офіційного керівництва країни про побудову інформаційного суспільства [7].

За оцінками експертів Програми розвитку ООН, з точки зору створення умов для розвитку сучасних інформаційних технологій картина в регіоні досить нерівномірна. Експерти відзначають позитивну тенденцію активізації цієї діяльності. Проте програми розвитку сучасних інформаційних технологій можна вважати релевантними, проте їх формуванню не передують проведення оцінки готовності та прийняття національної стратегії і недостатній ступінь координованості [3].

Таким чином, посилення міжнародного співробітництва може в середньостроковій перспективі поліпшити цю ситуацію. Для посилення інтеграційних процесів у сфері інформаційно-комунікаційних технологій необхідно посилити взаємодію між науково-практичними установами та сферою бізнесу в галузі обміну інноваційними розробками та досвідом.

Попри консервативну та субавторитарну політику по відношенню до власних громадян, країни Центральної Азії впевнено демонструють готовність до розвитку ІТ-бізнесу та сучасних інформаційних технологій, і це може стати важелем побудови інформаційного суспільства в країні.

Література

1. Концепция информационной безопасности Республики Казахстан [Електронний ресурс]: Інтернет-портал «Право и СМИ в Центральной Азии» – Режим доступу до матеріалу: <http://www.medialawca.org/document/-1234>
2. Концепция развития информатизации в Республике Узбекистан [Електронний ресурс]: Інтернет-портал «Право и СМИ в Центральной Азии» – Режим доступу до матеріалу: <http://www.medialawca.org/document/-2718>
3. Протокол № 20 заседания Координационного совета по развитию компьютеризации и информационно-коммуникационных технологий [Електронний ресурс]: Інтернет-портал Координаційної ради з розвитку комп'ютеризації та інформаційно-комунікаційних технологій – Режим доступу до матеріалу: http://ict.gov.uz/rus/normativno_pravovaya_baza/resheniya_oordinaionnogo_soveta/protokol_20.mgr

4. Ерекешева Л. Глобализация и концепция безопасности для ЦентрАзии [Электронный ресурс]: Интернет-портал «Центразия» – Режим доступа до матеріалу: <http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1076626860>
5. Потеева Е. Единое интеллектуально-информационное пространство [Электронный ресурс]: Интернет-портал «Информационно-аналитический центр» – Режим доступа до матеріалу: http://www.ia-centr.ru/public_details.php?id=482
6. Шохзода С. Проблемы региональной безопасности Центральной Азии: внутренние аспекты в теории и на практике [Электронный ресурс]: Интернет-портал «Виртуальная мастерская по исследованию региона Центральная Азия» – Режим доступа до матеріалу: <http://www.centralasia.narod.ru/articles/1.htm>
7. Доповідь «Деятельность и ресурсы ЮНЕСКО в Центральной Азии в сфере образования и информационно коммуникационных технологий» [Электронный ресурс]: Интернет-портал представництва ЮНЕСКО в Центральній Азії – Режим доступа до матеріалу: http://www.unesco.kz/publications/ci/newsletter_ict_edu_ru.doc

Ясенко О.*

БАЗИ ДАНИХ ЯК ОБ'ЄКТ КІБЕРТЕРОРИСТИЧНИХ АТАК

The article deals with the database hacking in the scope of cyberterrorism and introduces its own classification of cyberattacks on databases.

У даній статті йдеться про питання зламу баз даних у рамках поняття кібертероризму, а також представлена класифікація кібертерористичних атак на бази даних.

Сучасні війни ведуться у першу чергу в інформаційному просторі. Те ж саме стосується і терористичних нападів, які становлять значну загрозу інформаційній безпеці будь-якої країни. Відсутність єдиного, затвердженого на наднаціональному рівні визначення кібертероризму та його видів створює певну понятійну плутанину, ускладнює роботу з фактичними даними, а тому потребує ретельного вивчення. На думку авторів, у межах поняття «кібертероризм» слід окремо виділити кібертерористичні атаки на бази даних.

Отже, метою даного дослідження є представлення класифікації кібертерористичних атак на бази даних за суб'єктами.

Дослідження ґрунтується на нижчезазначених дефініціях. По-перше, у Доповіді Дослідницької служби Конгресу зазначено: «Кібертероризм є окремим видом кіберзагроз, який відрізняється від інших (зокрема, кібервійни та кіберзлочинності) тим, що до числа його цілей можуть входити політична або економічна дестабілізація, саботаж, викрадення військових або громадянських активів та ресурсів у політичних цілях» [1]. По-друге, Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 23 грудня 1993 р. визначає бази даних наступним чином: «Сукупність творів, даних або будь-якої іншої незалежної інформації у довільній формі, в тому числі — електронній, підбір і розташування складових частин якої та її упорядкування є результатом творчої праці, і складові частини якої є доступними індивідуально і можуть бути знайдені за допомогою спеціальної пошукової системи на основі електронних засобів (комп'ютера) чи інших засобів» [2].

Серед кіберзагроз, які виникають у сучасному світі, кібертероризм займає окреме місце — 12 % від усіх кібератак (за даними доповіді «The Web Hacking Incidents Database 2009») [3].

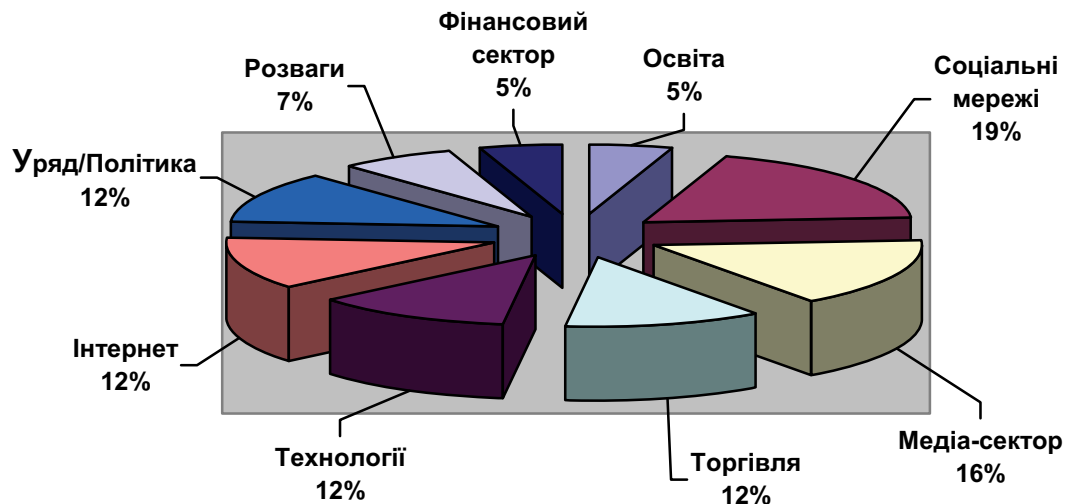
Пропонується класифікація, відповідно до якої кібертерористичні атаки на бази даних можна розділити на три категорії за суб'єктами:

- атаки з боку державних установ або на їх замовлення;
- атаки з боку певних організацій або на їх замовлення;
- атаки з боку фізичних осіб або на їх замовлення.

До першого типу кібератак можна віднести атаки китайських хакерів. Хакерський рух у Китаї організовано на державному рівні. Зокрема, Китай дозволив своїм кібертерористам об'єднатися в Honker Union of China (honker – гібрид англійського «hacker» і китайського «hong» — червоний) [4].

* студентка 4 курсу спеціальності «міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Чичкань І.В.



Визначення прикладів на другий пункт видається проблематичним через те, що деякі організації можуть бути визнані терористичними лише в одній або декількох країнах. Тому для ілюстрації кібертерористичних атак на бази даних з боку терористичних організацій можна навести наступний приклад: у серпні 2010 р. прокуратура Туреччини завершила попереднє розслідування щодо заарештованих у березні 2010 р. двадцяти хакерів Робітничої партії Курдистану. Їх звинувачують у проникненні до бази даних соціальної мережі Facebook та вилученні звітних даних про 3800 державних посадовців та військових Туреччини [5].

Прикладом третього типу атак можна назвати випадок, коли німецький хакер Хесс Ландер зміг проникнути до бази даних Пентагону «ОРТ1М1». Зламавши її, він отримав доступ до 29 документів на тему ядерного озброєння, в тому числі, наприклад, до плану армії США у сфері захисту від ядерної, хімічної або бактеріологічної зброї [6].

Існують і більш неоднозначні ситуації. Так, наприклад, після захоплення «Флотилії свободи» у травні 2010 р. бази даних Ізраїлю були масовано атаковані хакерами — як правило, громадянами турецького походження. Таких осіб відносять до «тимчасових терористів». Попри назву, відповідно до представленої класифікації такі атаки відносяться до третього типу як атаки з боку фізичних осіб або на їх замовлення.

В нашому дослідженні представлена класифікація кібертерористичних атак на бази даних за суб'єктами. Тут викладаємо лише найбільш суттєві характеристики кожного з видів атак.

Розроблена класифікація кібертерористичних атак на бази даних дозволяє за наявності відповідної фактичної інформації визначити для кожної конкретної держави, на кого з суб'єктів припадає найбільша кількість скоєних атак. При аналізі кібертерористичної діяльності у світі або за окремими країнами слід враховувати, що при зміні, наприклад, показника атак з боку терористичних організацій зміняться пріоритетні напрями інформаційної безпекової політики держави.

Література

1. Хилдрет С . Кібертероризм [Електронний ресурс] / С.Хилдрет. Режим доступу до ресурсу: <http://www.infousa.ru/information/bt-1028.htm>
2. Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 23.12.1993 №3792-ХІІ [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3792-12>

3. The Web Hacking Incidents Database 2009 [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: http://www.breach.com/resources/whitepapers/downloads/WP_TheWebHackingIncidents-2009.pdf
4. Міжнародна інформаційна безпека: сучасні виклики та загрози / [Макаренко Є.А., Рижков М.М., Ожеван М.А. та ін.] – К.: Центр вільної преси, 2006. – С.272-273
5. В Турції судят 20 курдських хакерів [Електронний ресурс]// *Новости Армении*. Режим доступу до ресурсу: <http://news.am/rus/news/28095.html>
6. Проблемы ядерного терроризма [Електронний ресурс]// Информационно-аналитическая служба СИП РИА. Режим доступу до ресурсу: http://www.kuchaknig.ru/show_book.php?book=109234

Блінова Є.*

СТРАТЕГІЯ ПОБУДОВИ ДЕРЖАВНОГО БРЕНДУ КАНАДИ

Дослідження проникнення терміну бренд в політичну сферу розпочались досить недавно. Тільки у 1990–ті роки завдяки двом видатним британським експертам у сфері брендингу – Уоллі Олінсу та Саймону Анхольту. З того часу політичні науки зібрали певний досвід, у тому числі й національний, який, узагальнюючи, можна прийняти як теорію національного брендингу.

Метою даного дослідження є комплексний аналіз державного бренду Канади та стратегії його побудови.

За Анхольтом брендинг країни – це систематичний процес узгодження дій, поведінки, інвестицій, інновацій та комунікацій країни, задля реалізації стратегії національної безпеки та конкурентної ідентичності [1].

Як правило, свідомо національні бренди формують відомі міжнародні компанії та відповідні фахівці, які найчастіше працюють на тендерній основі. У Канаді немає єдиної стратегії по просуванню національного бренду. За реалізацію цієї мети сперечаються агентство «Garneau, Wurstlin, Philp: Brand Engineering» та «Taxi Advertising & Design» [2].

По визначенню Всесвітньої організації туризму, бренд країни – це сукупність емоційних і раціональних уявлень, що є результатом зіставлення всіх ознак країни, власного досвіду й чуток, що впливають на створення певного образу. Проте, щорічне опитування канадського тижневика Maclean's «How the World Sees Canada» демонструє варту згадки нестачу глобальної обізнаності щодо Канади та канадських справ. Найменше про Канаду знають мешканці Сполученого Королівства – лише 17% відповіли на всі питання щодо Канади правильно, найбільше – американці [3].

За результатами щорічного рейтингу державних брендів Anholt-GfK Roper Nation Brands Index («Індекс національних брендів»), в 2010 році бренд Канади з 7 місця в 2009 перейшов на 6, тоді як міжнародна консалтингова компанія Future Brand у своєму дослідженні в 2009 році поставила Канаду на 2 місце за рейтингом брендів держав після США [4, 5].

Щоб проаналізувати державний бренд, Саймон Анхольт пропонує такі параметри формування та оцінки бренду країни як: туристична привабливість країни; відношення до населення країни мешканців інших держав; культура й історична спадщина; інвестиції та імміграція (бажання жити, працювати, вчитись в даній країні та вкладати в неї гроші); експорт (наскільки факт того, що товар вироблено в даній країні збільшує бажання його придбати у інших), а також стан внутрішньої політики.

Впливовий журнал Lonely Planet в 2009 році включив Канаду в список «10 країн, які слід відвідати». В 2007 році Канадська Комісія з туризму (СТС) – національна туристична маркетингова організація, запустила новий туристичний слоган Канади – «Keep Exploring» (продовжуй відкривати) замість «discover our true nature» (відкрий нашу справжню природу). Запуск логотипа супроводжувався відео-рекламною кампанією з демонстрацією пригод туристів під час подорожей [6].

* студентка 3 курсу спеціальності «міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Белоусова Н.Б.

Бренд Канади є дещо однобоким, він сфокусований на туризмі більше ніж на бізнесовій привабливості. В питанні брендів національних товарів Канада майже «невидима», і хоча наприклад у список 100 глобальних брендів потрапили Blackberry (16 місце), RBC (48 місце) and TD (61 місце), але ці бренди не обов'язково асоціюються з Канадою. За результатами опитування проведене Sprott School of Business (Carleton University), 65 % респондентів з 15 країн не могли назвати продукт, компанію чи бренд, що асоціюється у них з Канадою [7].

Державні символи Канади пов'язані преш за все з її природою – рослинністю та тваринним світом. Основні природні символи – це клен, бобер, лось, кленове листя, червоний та білий кольори на прапорі Канади. Багато офіційних символів Канади, таких як прапор, змінювались за останні декілька десятиріч з метою «канадізації» та усунення зв'язку зі Сполученим Королівством. Сучасний національний прапор Канади — це (полотнище) з трьох вертикальних смуг: червоної, білої і червоної (біла смуга вдвічі ширша від червоної), у центрі білої смуги зображений червоний кленовий листок. Червоний і білий кольори — дві нації, представники яких першими переселилися до Канади. Кленове листя використовується як державний символ Канади з 18 століття. В розмовній мові його називають «однолистяником» («Maple Leaf Flag») [8]. Проблемне питання в вивченні канадської культури постає в двомовності Канади – це єдина держава, що одночасно належить до Співдружності Націй та Франкофонії. Багато елементів канадської масової культури, включаючи кіно, телебачення, одяг, їжа майже не відрізняються від того, що є в США. Позитивну роль грає наявність великих телевізійних кампаній Канади — CBC (Canadian Broadcasting Corporation) и Quebecor Media. Велике значення мають також спортивні події. Так символами Зимових Олімпійських ігор у Ванкувері 2010 року стали елементи символів Канади. Наприклад девіз ігор – це строки з гімну Канади — «З палаючим серцем» та «Найблискучіших подвигів».

Канада асоціюється з досить високим рівнем надання освіти. Також в 2008 році Світовий Економічний Форум назвав фінансову систему Канади найсильнішою в світі, а Форбс в 2009 надав Канаді третє місце серед країн, в яких краще всього вести бізнес (в 2008 році Канада була на 4 пункти нижче).

Бренд Канади – демократична країна, що підтверджують рейтинги неурядової організації Freedom House, що проводить моніторинги «демократичних змін в світі». Канада асоціюється зі свободою віросповідання, зібрання, незалежності судів та високого рівня залучення жінок до політичного життя країни – наприклад, 22 місця в Парламенті [9].

Державний брендінг Канади – масштабне завдання, що несе в собі відповідні можливості. Створення бренду має бути на порядку денному для всіх, не лише для підприємців чи уряду. Наразі слабкими ланками стратегії державного брендінгу Канади є бренди її національних товарів. Канада та канадські підприємства вже є брендами – створеними штучно чи за замовчуванням. А отже лише стратегія керування ними визначить чим є Канада на світовій арені, і що представляють собою її бренди.

Література

1. Анхольт С. Создание бренда страны/С.Анхольт //Бренд-менеджмент. – 2007. – №1. – с. 36–44.
2. Комкова Е. Г. Канадский бренд [Електронний ресурс] / Олена Комкова. Режим доступу: <http://www.racs.ru/publications/komkova.htm>
3. Maclean's: How the World Sees Canada [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.macleans.ca/article.jsp?content=20071121_6054_6054
4. Anholt-GfK Roper Nation Brands Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.simonanholt.com/Research/research-introduction.aspx>

5. Future Brand: Country Brand Index (CBI) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.futurebrand.com/news/press-releases/united-states-claims-1-spot-for-first-time-as-worlds-top-country-brand/>
6. Canadian Tourism Commission : A brand built for explorers [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://en-corporate.canada.travel/Corporate/Flyout.page?id=299&fid=381>
7. Best Global Brands 2010[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.interbrand.com/en/best-global-brands/best-global-brands-2008/best-global-brands-2010.aspx>
8. 8.Державні символи Канади [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Канада>
9. Freedom House: Freedom in the World. Canada [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=22&country=7796&year=2010>

Медведєва О.*

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПЕРЕДВИБОРЧИХ КАМПАНІЯХ

Популярність соціальних мереж в Інтернеті стрімко зростає у всьому світі, їх аудиторії складають мільйони користувачів. Соціальні мережі здійснюють вагомий вплив на суспільну думку під час організації і проведення передвиборчих кампаній, що довела команда Барака Обами на виборах президента США у 2008 році. Зарубіжна практика використання соціальних мереж у передвиборчих кампаніях може бути корисним досвідом для України та Росії.

Popularity of social networks in the Internet grows swiftly in the whole world, their audiences number millions of users. Social networks make a great impact on public opinion during organization and carrying out the election campaign that was proved by the team of Barack Obama during the United States presidential election in 2008. Foreign practice of the usage of social networks in election campaigns can be a helpful experience for Ukraine and Russia.

Період кінця ХХ – початку ХХІ століть відрізняється високою технологічністю, тому сфера впливу на суспільну свідомість також не могла залишитися без розробки ефективних технологій, що забезпечують потрібний результат при менших інтелектуальних і матеріальних ресурсах. Саме на зламі двох тисячоліть спостерігається феномен нової – визначальної – ролі суспільної думки. Успіх обрання до органів влади того або іншого політика прямо пов'язаний із підтримкою його суспільством, яка, у свою чергу, забезпечується за допомогою передвиборчих кампаній. На сучасному етапі суспільного розвитку їхня підготовка і проведення із поширенням нових комунікативних технологій набувають якісно нових рис, серед яких використання мережі Інтернет і, зокрема, соціальних мереж.

Мережа Інтернет нині є загальновизнаною і невід'ємною частиною проведення будь-якої політичної кампанії; кандидати поступово привчили себе й електорат до використання у виборчому процесі цього порівняно нового засобу масової комунікації, оскільки велика частина населення у багатьох країнах має вільний доступ до мережі Інтернет. Якщо наприкінці ХХ століття можна було говорити про використання Інтернету скоріше як засобу додаткового впливу на виборців, то сьогодні стає зрозуміло, що лише Інтернет може забезпечити такі важливі умови отримання інформації для ефективного впливу на аудиторію, як інтерактивність масового характеру та необмежений час і простір для комунікації.

Більшість користувачів Інтернету є водночас і користувачами соціальних мереж, хоч і не завжди активними. Термін «соціальна мережа» був введений у 1954 р. соціологом з Манчестерської школи Джеймсом Барнсом. Численні сервіси Інтернету, що дають змогу встановлювати велику кількість телекомунікаційних зв'язків, автоматично формують і

* студентка 3 курсу спеціальності «міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: ас. Запорожець О.Ю.

створюють соціальні сітки. В результаті з'явився вид автоматизованого сервісу під назвою соціально-мережеві послуги (Social Networking Service) в Інтернеті. Соціальна мережа – це віртуальна сітка, що є засобом забезпечення сервісів, пов'язаних зі встановленням зв'язків між її користувачами, а також різними користувачами та інформаційними ресурсами, що відповідають їх інтересам та встановлені на сайтах глобальної сітки. Соціальна мережа дозволяє користувачам створювати публічну або напівпублічну анкету, скласти список користувачів, з якими вони мають зв'язок, та переглядати власний список зв'язків і списки інших користувачів, створювати спільноти людей зі схожими інтересами або діяльністю [1]. Природа зв'язків може різнитися в залежності від системи, наприклад, це може бути миттєвий обмін повідомленнями. Соціальні мережі стрімко набувають популярності у всьому світі, аудиторії деяких з них вже перевищують населення великих країн світу, хоча історія соціальних мереж налічує не більше 15 років [2].

Необхідність та ефективність використання соціальних мереж у передвиборчих кампаніях продемонструвала команда Барака Обама на виборах президента США у 2008 році. Профайл Барака Обама був створений у 27 різних соціальних мережах, таких як My Space, Facebook, Classmates та ін. Кожен з них відповідав специфіці окремо взятої мережі; постійно оновлювався контент і надавалася велика кількість інформації про те, як можна взяти участь у кампанії на підтримку кандидата. І хоча соціальні мережі мають обмежений набір інструментів, які можна використовувати, вони багато в чому сприяли активному залученню людей до роботи в штабі Барака Обама.

Існувала спеціально створена команда волонтерів, яка обробляла звертання до кандидата. Відповіді на питання користувачів у більшості можна було знайти на сайті Барака Обама, тому часто потрібно було лише вказати посилання на сторінку з інформацією про питання. З'явилася інтерактивна гра, в якій при натисненні відповідної кнопки можна було «проголосувати за Барака Обаму». Соціальні мережі використовувалися як платформа для переходу на офіційний сайт, щоб отримати всі новини про діяльність штабу кандидата і в подальшому долучитися до співпраці. Наріжним каменем передвиборчої кампанії стала соціальна мережа my.BarackObama.com, де реєструвалися потенційні добровольці. Спеціально для них було створено декілька ефективних та корисних веб-інструментів, серед них система Neighbor-to-Neighbor з адресами і телефонами зареєстрованих виборців у своєму окрузі, а також актуальною інформацією про кожного виборця (як і коли з ним контактували, які матеріали вислані, настрої і вподобання та ін.). Програма визначала виборців як «прихильників» або «тих, хто не визначився», від чого і залежали подальші дії добровольців [3].

Ефективність такої системи можна продемонструвати на прикладі штату Флорида. Тут діяло 19 000 команд, які займалися агітацією сусідів, розділивши між собою 1400 округів штату. Участь в компанії взяло приблизно 230 000 добровольців. Для організації їх діяльності знадобилося лише 500 штатних координаторів, які в більшості випадків спілкувалися з волонтерами через Інтернет [4].

В Україні та Росії інтерес до використання соціальних мереж для просування брендів і продуктів зростає, причинами цього є велика кількість учасників соціальних мереж, їх популярність, що конкурує лише з пошуковими системами, зниження активності користувачів на традиційних ресурсах та ін. Отже, популярні соціальні мережі можна успішно використовувати і в передвиборчих кампаніях. В десятку найпопулярніших за кількістю користувачів соціальних мереж світу входять MySpace, Twitter, Baidu Space, Orkut, Hi5, QQ, RenRen, V Kontakte, SkyRock [5].

Для прикладу можна взяти соціальну мережу V Kontakte, кількість зареєстрованих користувачів якої на початок листопада 2010 року становила більше 95 млн. Щоденно користувачі сайту відкривають близько 1,5 млрд. сторінок і відсилають 80 млн. повідомлень.

Більше третини користувачів цієї соціальної мережі віком за 26 років, а 76% - за 19 років [6]. Зарубіжна практика використання соціальних мереж у передвиборчих кампаніях може слугувати корисним досвідом для України та Росії.

Література

1. Вражина А. Почему Обама выиграл, еще раз об Интернете и передовых технология коммуникации.[Електронний ресурс]/ Вражина Анна. – Режим доступу:http://www.polittech.org/index.php?option=com_content&task=view&id=806&Itemid=2
2. Иванов В. Facebook контролирует ¼ рынка онлайн-рекламы в США.[Електронний ресурс]/ Иванов Василий. – Режим доступу: <http://www.artdriver.org/2010/11/08/facebook-online-ads/>
3. Сивчикова А. Пиарщик предвыборной кампании Барака Обамы рассказал о способах эффективного использования социальных сетей для продвижения[Електронний ресурс]/ Сивчикова Алеся. – Режим доступу: <http://marketing.by/main/school/practice/0027283>
4. Николаева Н. Рекламная кампания Обамы: причины успеха[Електронний ресурс]/ Нини Николаева. – Режим доступу: http://www.socreklama.ru/sr_article.php?arti_id=361
5. Демьянов Д. Крупнейшие социальные сети в Интернете[Електронний ресурс]/ Демьянов Дмитрий. – Режим доступу: <http://www.samogo.net/articles.php?id=152>
6. Блохин А. Статистика ВКонтакте.Ru[Електронний ресурс]/ Александр Блохин. – Режим доступу: http://habrahabr.ru/blogs/social_networks/30820/

Станецька В.*

РЕКЛАМА ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА

Політична комунікація – системоутворюючий елемент політичної системи, механізм легітимації влади. Саме для того, щоб завоювати електорат та утриматись на політичному олімпі, політики змушені через різноманітні засоби і в різних формах встановлювати та підтримувати зв'язки з громадськістю. Одним із найбільш поширених засобів політичної комунікації є політична реклама.

Мета даної роботи – здійснити аналіз сутності політичної реклами, дослідити її види та роль у формуванні іміджу політичного лідера.

Слово «реклама» походить від латинського дієслова «reclamare» – кричати, викрикувати. У сучасній німецькій лексиці використовується поняття «Werbung», яке акцентує увагу на процесі впливу реклами, що має відображення й у добре відомому дієслові «вербувати». В англійській мові до початку XIX століття стало широко вживатися дієслово «advertise», що у XV–XVI століттях, як указує Оксфордський словник, означало просте повідомлення про що-небудь. Як бачимо, етимологія цього поняття в різних мовах зафіксувала провідні параметри рекламної діяльності: її інформаційну наповненість, масову адресованість і емоційну насиченість [1].

В політиці реклама стає інформаційним містком між електоратом та політиками або партіями. Політична реклама має ціль донести у доступній, емоційній, лаконічній, оригінальній формі суть політичної платформи певних політичних сил, налаштувати їх на підтримку, сформувати і запровадити в масову свідомість певну уяву про їхній характер, створити бажану психологічну установку, що визначає напрям почуттів, симпатій, а після цього і дії людини [2].

Основними психологічними вимогами до політичної реклами є мажорність (введення засобів, які створюють відчуття впевненості у кандидаті); оптимістичність (позитивні мотиви); звернення до зовнішньої атрибутики (колірна гама, символи, музичний супровід тощо).

Щоб сформувати імідж політичного лідера за допомогою реклами перед спеціалістами в галузі політичної реклами стоять такі завдання: з'ясувати, чого саме бажає громадськість від лідера та його партії; забезпечити бажані позитивні особистісні характеристики лідера з допомогою відбору та посилення тих, які він вже має; навчити лідера мистецтву спілкування з аудиторією, із засобами інформації, тобто навчити його азів акторського мистецтва; наблизити лідера до мас, показавши, як багато важить для нього сім'я, як він займається спортом тощо.

Реклама, що застосовується політичними діячами, може бути класифікована за різними критеріями. За каналами сприйняття рекламного повідомлення політична реклама поділяється на візуальну, аудіальну та аудіовізуальну рекламу.

Візуальна реклама включає публікації в друкованих ЗМІ, буклети, вуличні щити, плакати, листівки, календарі, буклети, листи, різні значки, майки. Як правило, така реклама має обмежену ефективність у силу своєї одномірності з точки зору каналів сприйняття.

* студентка 3 курсу спеціальності «міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: ас. Запорожець О.Ю.

Аудіо реклама - це, перш за все, радіопередачі. Їх перевагою є доступність для аудиторії. Якщо у диктора приємний голос і переконлива мова, його звернення до аудиторії може бути ефективним навіть при непоказній зовнішності.

До аудіовізуальної реклами відноситься телевізійна і кіно реклама. Вона є найефективнішою як по каналах доступу до аудиторії, так і по масовості охоплення [3].

Дослідник А. Дейян запропонував класифікувати політичну рекламу з позицій сили впливу на аудиторію. На основі цього критерію він розрізняє тверду і м'яку політичну рекламу [4].

Тверда політична реклама орієнтована на короткострокові цілі і призначена для того, щоб викликати швидку реакцію.

М'яка політична реклама зорієнтована на створення певного ореола, атмосфери навколо рекламованого об'єкта. Під її впливом змінюється емоційний настрій, виникають різні асоціації, які, у свою чергу, формують в адресата згоду зробити те, до чого закликає реклама, потім формують у нього готовність до дій і, нарешті, спонукають до реалізації самих дій.

За способом впливу вчений виділяє раціональну й емоційну рекламу. Раціональна (предметна) реклама інформує, звертається до розуму потенційного виборця, наводить аргументи, прагне переконати його; свої доводи огортає словесною формою та використовує інші засоби для того, щоб підсилити і зміцнити враження від сказаного словами.

Емоційна (асоціативна) реклама викликає спогади і наводить на думку, звертається до почуттів, емоцій, підсвідомого; впливає через асоціацію ідей, шляхом відтворення обстановки; основний її засіб – малюнок, та меншою мірою – звук, мелодія.

Прикладами вдалої політичної реклами є реклами таких відомих українських політиків, як В.Янукович, Ю.Тимошенко, С.Тігіпка.

Так, в рекламних плакатах і роликах В. Януковича було використано синій колір, який, символізує спокій, гармонію, та за спостереженнями психологів, допомагає не вникати у деталі і не викликає негативних емоцій. В політичній рекламі Ю.Тимошенко використано білий колір, що є символом чистоти і відкритості, та червоне серце – символ любові. Успішною вважається також рекламна кампанія С.Тігіпка. Політик позиціонувався як успішна людина, професіонал, дієвий менеджер, сильний та впевнений політик, який дивиться в майбутнє. Цей образ підкріплювався відповідними гаслами: «Сильний президент – сильна країна!», «Підніmemo економіку – підніmemo і країну» [5-6].

Таким чином, реклама є важливою складовою будь-якої виборчої кампанії й досить ефективним засобом формування бажаного іміджу політика завдяки таким її характеристикам, як наглядність, лаконічність, доступність, ефектність тощо.

Література

1. Чудовська-Кандиба І. Цінності в політичній рекламі: соціологічний аналіз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/359/>
2. Лисовский С.Ф. Политическая реклама.- М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000. – 70 с.
3. Политология: Учебное пособие/ Под ред. А.С.Тургаева, А.Е.Хренова. – СПб.: Питер, 2005. – С.497-500.
4. Дейян А. Реклама /Пер. с фр. В. Мазо. - 5-е изд., испр. - М. : Прогресс : Универс, 1993. - 176 с.
5. Шарлай В.І. Політико-психологічний аналіз аудіовізуальної політичної реклами Юлії Тимошенко у передвиборчій кампанії 2010 року [Електронний ресурс]. – Режим до-

ступу:<http://intkonf.org/sharlay-vi-politiko-psihologichniy-analiz-audiovizualnoyi-politichnoyi-reklami-yuliyi-timoshenko-u-peredviborchiy-kampaniyi-2010-roku/>

6. Герасименко П. Як піаряться українські політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrbiznes.com/analitic/politic/10555.html>

Тубальцева В.*

ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ АНТИТЕРОРИЗМУ НА РЕЛІГІЙНУ ТА КУЛЬТУРНУ ТОЛЕРАНТНІСТЬ АМЕРИКАНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

The article is dedicated to the problems of antiterrorism policy impact on cultural and religious tolerance in American society towards Islamic community. The US policy of antiterrorism plays the key role in forming public opinion against Muslim states and community in USA, promoting misunderstanding and ethnic conflicts and needs substantial reforming.

Останнім часом в американському суспільстві спостерігаються чіткі тенденції до подальшої негативізації сприйняття вихідців з ісламських держав. Проблема ісламофобії полягає, передусім, у помилковому ототожненні ісламської релігії з ісламським фундаменталізмом (або ісламізмом), який виступає вкрай войовничою мобілізуючою ідеологією політизованого ісламу, створеною на основі окремих священних текстів. Ідеологія ісламізму лежить в основі сучасних терористичних організацій, таких, наприклад, як Аль-Каїда.

У 2009 році Міжнародним дослідницьким центром Геллапа було проведено самостійне експертне дослідження американської громадської думки щодо упередженого ставлення до мусульман. За даними експертів центру Геллапа, 53% американців ставляться до ісламу або «не дуже позитивно» (22%), або «негативно» (31%) й тільки 25% ставляться до ісламу позитивно. Водночас, опитування показало, що жителі США не володіють глибокими знаннями про іслам: 63% респондентів заявили, що знають про цю релігію або дуже мало, або зовсім нічого [1].

Статистичні дані свідчать, що негативне ставлення з боку американського суспільства на сьогоднішній момент зростає у порівнянні з попередніми роками. Такій тенденції, а отже впливу на культурну та релігійну толерантність в США, сприяє в першу чергу політика антитероризму, що була прийнята урядом після терактів 11 вересня з проголошенням ісламізму «світовим злом і закликами до боротьби проти нього», тобто прямим ототожненням ісламу з проявами тероризму, а отже, із загрозою для існування американського суспільства [2].

Широкомасштабна кампанія формування громадської думки щодо необхідності створення антитерористичної коаліції, коли фактично альтернативні варіанти розв'язання світової політичної кризи не пропонувалися, засвідчила про активне використання такого важливого засобу, як інформаційний. У здійснюваних інформаційних операціях щодо нагальної потреби антитерористичної діяльності активно використовується маніпулятивна складова [3, с. 67].

Тому політика антитероризму, метою якої є протидія проявам терористичного руху, здатна формувати упереджене ставлення у громадян стосовно певної групи осіб,

* студентка 3 курсу спеціальності «міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: ас. Кучмій О.П.

коли відбувається ототожнення цієї групи з терористами, злочинцями, світовим злом тощо [4, с. 2-9].

Наростання кризових явищ у суспільстві не в останню чергу були спричинені політикою уряду. Тому для умиротворення недоброзичливих суспільних настроїв потрібно робити негайні кроки. Не в останню чергу зміни повинні стосуватись ЗМІ, у яких часто під час висвітлення мусульман та ісламської релігії переважає негативний тон. На телеекранах в більшості випадків іслам представляється діями або заявами релігійних фанатиків та озброєних ісламістів. Тому в ЗМІ мають частіше з'являтися ролики, присвячені темі ісламської релігії та мусульман, що ілюструватимуть більш позитивні моменти їхнього життя, культури та звичаїв.

Крім того, США мають визнати ісламофобію як вияв расизму та ксенофобії, спрямовані проти мусульман. Американському населенню потрібно розповідати більше про іслам, створювати умови для співпраці мусульман з іншими людьми на благо суспільства. Іншим дієвим засобом для умиротворення агресивних настроїв проти ісламу може стати, як запропонував голова турецького уряду Реджеп Тойїп, визнати ісламофобію «злочином проти людства», що полягає в закріпленні у міжнародному праві нового поняття «антиісламізму», прирівнюючи його значення до антисемітизму.

Література

1. In U.S., Religious Prejudice Stronger Against Muslims. Report of Gallup Center for Muslim Studies [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.gallup.com/poll/125312/religious-prejudice-stronger-against-muslims.aspx>
2. Mujahid A.M. Islamophobia Statistics USA [Електронний ресурс] / Abdul Malik Mujahid – Режим доступу: <http://www.soundvision.com/info/islamophobia/usastatistics.asp>
3. Joint Pub 3-53 «Doctrine for joint Psychological Operations». – Washington D.C.: US Government Printing Office, 1996. – 122 p.
4. Жуков В. Взгляды военного руководства США на ведение информационной войны / В.Жуков // Зарубежное военное обозрение. – 2001. – № 1. – С. 2-9.

Чечель К.*

АНАЛІЗ ПОЗИЦІОНУВАННЯ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ У ПРОБЛЕМІ ОЗБРОЄННЯ ІРАНУ

Тегеран може звернутися до суду в тому випадку, якщо Росія не виконає контракт на постачання зенітних ракетних комплексів С-300. 22 вересня президент Росії Дмитро Медведєв своїм указом заборонив продавати Ірану С-300.

Контракт на постачання п'яти дивізіонів ЗРК С-300-ПМУ1 на суму близько 800 мільйонів доларів був укладений між Тегераном і Москвою в 2007 році. Через відстрочки з поставками комплексів Іран в лютому 2010 року оголосив про початок робіт над власним ЗРК.

Найбільш жорсткі політики Ірану додали РФ та Китай до списку «ворогів країни».

Після засідання Ради Безпеки ООН, на якому Москва та Пекін підтримали запропоновані Вашингтоном заходи, в Тегерані зазвучали заклики «Смерть Росії!» і «Смерть Китаю!».

У червні Рада Безпеки ООН прийняла резолюцію про нові санкції для Ірану, яку схвалила і Росія. Зокрема, резолюція стосувалася обмеження постачань озброєнь. Спочатку повідомлялося, що санкції не перешкоджають виконанню контракту, проте після указу президента про заходи щодо виконання резолюції Радбезу це стало неможливим.

Указом, зокрема, забороняється транзитне переміщення через територію Росії (в тому числі повітряним транспортом), вивезення з території Росії до Ірану, а також передача Ірану поза межами Росії з використанням морських і повітряних суден під Державним прапором Росії будь-яких бойових танків, бойових броньованих машин, артилерійських систем великого калібру, бойових літаків, бойових вертольотів, військових кораблів, ракет або ракетних систем, як вони визначаються для цілей Регістра звичайних озброєнь ООН, зенітних ракетних систем С-300, яких матеріальних засобів, пов'язаних зі всім перерахованим, включаючи запасні частини

Нагадаємо, на початку червня Росія підтримала запровадження нових санкцій, покликаних змусити Іран відмовитися від ядерної програми. Однак після цього російські офіційні особи робили суперечливі заяви щодо того, чи забороняє резолюція ООН поставляти С-300.

Влітку з'явилася інформація, що Іран таки отримав С-300. За даними джерел, комплекси країні продала Білорусь, однак пізніше Мінськ спростував ці повідомлення.

Їхні відносини підірвали також постійні затримки з введенням в експлуатацію Бушєрської АЕС з боку Росії і переорієнтація Китаю на закупівлю нафти у Саудівської Аравії замість Ірану.

Зростання напруженості між давніми партнерами відбулося попри те, що Росія і Китай і так домоглися пом'якшення низки жорстких формулювань, які спочатку пропонували США, щоб відстояти свої економічні та політичні інтереси.

Західна преса вже тоді, коментуючи ці випадки на адресу РФ, писала про те, що Тегеран практично оголосив Москві війну. У Росії заяви Ахмадінежада сприйняли як надто

* студентка 3 курсу спеціальності «міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Рижков М.М.

емоційні і поквапилися уточнити, що політика країни не є ані проамериканською, ані проіранською.

Ахмадінежад назвав нові санкції ООН марними, порівнявши їх з «настирливими мухами». «Я відправив одному з членів РБ ООН повідомлення, що він може висякатися у свою резолюцію і викинути її у відро», - сказав іранський лідер. Досі жодні резолюції не змогли перешкодити Ірану розвивати ядерну програму.

Єр'омін М.*

МЕТОД ДЕКОНСТРУКЦІЇ У КІНЕМАТОГРАФІ ЯК СПОСІБ ВИКОРИСТАННЯ М'ЯКОЇ СИЛИ В ІДЕОЛОГІЧНІЙ БОРОТЬБІ В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН НА ПРИКЛАДІ ДЕЯКИХ ФІЛЬМІВ ПЕРІОДУ ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ ТА СЬОГОДЕННЯ

Предметом нашого дослідження стало використання методу деконструкції (тобто отримання результатів та вирішення проблем за допомогою руйнації стереотипів) у кінематографі, як спосіб використання м'якої сили (тобто такої сили, яка змушує інших прийняти думку автора як свою власну) в ідеологічній боротьбі в контексті міжнародних відносин у наш час.

На даний момент метод деконструкції є популярним дослідницьким прийомом у багатьох видах мистецтва – митці намагаються, руйнуючи стереотипи, зрозуміти сутність мистецтва та життя в цілому. Так, Квентін Тарантіно пішов на навмисне викривлення історії у своєму фільмі «Безславні виродки» (2009), де група євреїв-партизан вбиває Адольфа Гітлера та інших людей з правлячих кіл нацистської Германії [2].

Але іноді до творчих пошуків приєднуються політичні переконання, які роблять твір ще й своєрідним політичним маніфестом. В контексті міжнародних відносин такий твір може змінити думку про будь-яке соціальне чи політичне явище, загострити відносини між країнами, або навіть повністю їх змінити. Зараз це розповсюджене, але, нажаль, мало вивчене явище, як ніколи актуальне – багато витворів мистецтва перш за все являють собою провокацію політичну.

Останнім часом побільшало випадків, коли фільми забороняються у країнах, про яких у них говориться (навіть якщо це лише одна репліка), якщо точка зору не збігається з точкою зору керівництва країни, про яку йдеться. Так, Національна експертна комісія України з питань захисту суспільної моралі заборонила вже багато фільмів. А до того тим же займалось міністерство культури. Здебільшого це фільми жахів американського виробництва, причому ті, які заслужили схвальні відгуки як зі сторони критиків, так і глядачів, а також ті, що мають неприхований соціальний меседж. Серед них такі фільми як «Хостел» Елі Рота (2005), його продовження (2006) та «Земля мертвих» (2005) живого класика жанру – Джорджа А. Ромера, який ніколи не приховував метафоричність та великий соціальний меседж своїх фільмів. Причому у випадку з «Хостелом» складається враження, що критики з комісії не дивились на художні якості фільму, а заборонили його за єдину фразу про секс-туризм в Україні, адже забороняти фільм за пропаганду жорсткості не має сенсу, якщо жорстокість у фільмі побудована спеціальним чином, щоб визивати відразу до негативних персонажів фільму у глядачів, а ця відраза вже сприяє осмисленню фільму як маніфесту проти жорсткості та комерціалізації світу. До речі, країна, яка традиційно вважається дуже жорсткою в плані цензури – Германія – «Хостел» забороняти не стала, не дивлячись на те, що один з негативних персонажів фільму німець і говорить німецькою мовою. Ця проблема була дуже просто вирішена – у німецькому прокаті цей персонаж говорить іспанською. Ще легше можна було вирішити проблему з «Хостелом» в

* студент 1 курсу Донецького національного університету
Науковий керівник: доц. Чарських І.Ю.

Україні, вирізавши ту фразу, тим більше, що для сюжету вона не важлива, а на DVD випустити фільм у двох версіях – з купюрами та без. Ця практика вже давно діє у більшості країн світу – якщо глядач хоче, він може побачити, що саме вирізали з фільму у прокаті, купивши ліцензійну відеопродукцію.

Метод заборони фільму майже завжди діяв за часів Радянського Союзу. Але зараз будь-який фільм не проблема купити у першому-ліпшому ларьку з відео, що і вийшло як з «Хостелом», так і з усіма іншими забороненими в Україні фільмами. Характерний для тоталітарного режиму метод заборони більше не є дієвим на пострадянському просторі. Забороняючи будь-який фільм, державна комісія фактично тільки збільшує інтерес публіки до нього та прибутки відеопіратів. Зараз, якщо державі потрібно нейтралізувати провокаційний політичний вплив на своїх громадян, треба самим навчитись методів деконструкції, тим більше, що в історії вже є випадки, коли відповідь на інформаційне насильство провокаційним твором давала результат. Таким прикладом є фільм Чарльза Спенсера Чапліна «Великий диктатор», який став відповіддю на активне зростання фашистських ідей на час виходу фільму (1940), детально розглянутий у статті [3].

Яскравим прикладом методу деконструкції у кінематографі також може слугувати руйнування стереотипних образів російської людини у фільмах країн Західної Європи та Північної Америки. Росіянин-емігрант з 1938-го року став популярним персонажем другого плану. Це можна побачити з фільмографії емігранта, народженого у Санкт-Петербурзі, відомого як Міша Ауер (справжнє ім'я – Михайло Унсковський). В період другої світової Ауер зіграв найбільше людей своєї національності, ніж до та після того. За свою кар'єру (1928-1967 роки) Ауер зіграв близько 175 ролей, з яких більшість – іноземці: євреї, французи, німці, араби. За моїми, можливо, не дуже точними підрахунками (адже всіх 175 фільмів з Ауером я не бачив і про національність деяких персонажів мені нічого не відомо) у його фільмографії є 26 ролей росіян, з яких більшість приходить на 1938-1945 роки [1]. Це скоріше за все пояснюється тим, що пересічні громадяни західних країн росіян побоювались, тому з питань політичної доцільності під час Другої світової війни правлячі кола намагались через кіно змалювати якщо не хорошого, то хоча би безпечного для інших народів росіянина, для чого якнайкраще підходив саме образ дворянського емігранта, адже цей росіянин був проти комунізму.

Метод деконструкції може допомогти країнам зрозуміти, яке враження вони створюють в інших. На прикладі України він може скорегувати нав'язливий імідж політично нестабільної країни, дати їй поштовх до нового іміджу держави освіченої та багатой національною культурною спадщиною.

Література

1. Mischa Auer // <http://www.imdb.com/name/nm0041681/>
2. Inglourious Basterds // http://en.wikipedia.org/wiki/Inglourious_Basterds.
3. Єрьомін Н.Б. «Метод деконструкції у кінематографі як спосіб використання м'якої сили в ідеологічній боротьбі, в контексті міжнародних відносин (на прикладі фільму «Великий диктатор»)» (на укр.яз.) // VII Міжнародна наукова конференція студентів та аспірантів «Соціологія у (пост)сучасності». Збірник наукових тез. Харків: Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна. – 2010. – с.58-59.

ЗМІСТ

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Бояр А.О. Періодизація розвитку бюджетної системи ЄС..... | 3 |
| Рилач Н.М. Критерії конвергенції та індикатори наближення науково технологічної сфери до ЄС..... | 5 |
| Михайленко І.В. Реформування ринку природного газу в Україні..... | 8 |
| Паламарчук М.В. Комплексні взаємовідносини між фінансовою, торговельною інтеграцією, спеціалізацією країн та синхронізацією реального сектору економіки..... | 10 |
| Савченко В.О. Рейтингування регіонів України за глибиною інтеграції до світового господарства..... | 12 |
| Чернецька О.В. Інтеграція України до енергетичного ринку Європейського Союзу..... | 19 |
| Михайлов Р.В. Комунітарна політика страхового ринку в країнах ЄС..... | 21 |
| Шинкаренко І.В. Податкова гармонізація як процес формування спільної податкової політики держав, що інтегруються..... | 24 |
| Бугайова М. Прогноз економічних наслідків прийняття нового Податкового кодексу України... | 27 |
| Єрмолаєв О. Проблеми регулювання світового ринку сировинних ресурсів в межах СОТ..... | 30 |
| Ключівський І. Вплив Греції на спільну європейську валюту..... | 32 |
| Ковальчук С. Аналіз внутрішньоекономічної ситуації та оцінка перспектив розвитку ЄС..... | 34 |
| Новиков В. Вплив світової економічної кризи на засоби протекціонізму країн G20: останні тенденції..... | 36 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Богомаз Є. Сьогоднішня всесвітня виставка. участь України в Експо 2010 Шанхай Китай..... | 39 |
| Заліток Л. Особливості сучасної зовнішньоекономічної експансії Німеччини..... | 42 |
| Красільчук Я. Китай як перспективний торговельний партнер України..... | 44 |
| Харина У.Я. Місце економіки КНР в системі світового господарства в умовах глобальної фінансової кризи..... | 46 |

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСІВ

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Балюк Т.В. Практика внутрішньофірмового руху фінансових ресурсів іноземних ТНК в Україні..... | 48 |
| Лукашенко С.В. Проблема валютних дисбалансів в світовій економіці..... | 51 |
| Підчоса О.В. Світова нафтогазова промисловість: роль та місце ТНК..... | 53 |
| Шоломінська Т. НАФТА. Перспективи введення єдиної валюти та переходу до найвищого ступеню взаємодії монетарних політик..... | 55 |
| Будз Ю. SPV – міжнародний фінансовий механізм..... | 57 |
| Слюсар К. Суверенні інвестиційні фонди..... | 59 |
| Чередниченко А. Причини відтоку портфельних інвестицій з Росії та України..... | 61 |

МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Морозов В.С. Регулювання сфери державних закупівель в ЄС..... | 64 |
| Приятельчук О.А. Соціальний вектор державного та корпоративного управління Швеції (з призми концепції КСВ)..... | 66 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Глухова Д.А. Впровадження регіональної стратегії інновацій в Європі..... | 69 |
| Карп В.С. Основні напрями розвитку маркетингових стратегій на українському ринку послуг..... | 72 |
| Бондар Є.М. Співвідношення ліквідності та платоспроможності комерційних банків..... | 78 |
| Димчук А. Транскордонне співробітництво в туризмі: практика та досвід..... | 80 |
| Козловський К.В. Сутність, зміст та основні тенденції економічної інтеграції..... | 82 |
| Петрук А.М. Світова практика фінансування розвитку ринку інтелектуальної власності. Частка держави в структурі фінансування..... | 85 |
| Толубко О.В. Інформаційні фактори міжнародної конкурентоспроможності України в умовах асиметрії глобального розвитку світового господарства..... | 87 |
| Джалюк І. Основні фактори, що впливають на сучасний стан ринку туристичних послуг Європейського Союзу..... | 89 |
| Крикун В.А. Методи оцінки вартості банківського бренду..... | 91 |
| Підвисоцький Я.В. Кредитні дефолтні свопи: можливості та загрози..... | 93 |
| Білоус А. Конкурентні стратегії зовнішньоекономічної діяльності фінансових компаній..... | 97 |
| Бойко О. Соціальна медіа як елемент комунікативної стратегії компанії в умовах формування інформаційного суспільства..... | 99 |
| Копійка Д. Комунікаційні технології в умовах асиметрії глобального розвитку міжнародного бізнесу..... | 101 |
| Левківський О. Зовнішні кредити міжнародних фінансових організацій як фактор інноваційного розвитку економіки України..... | 103 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Мринська В. Івент маркетинг..... | 105 |
| Хасцька І. Єврооблігації як ефективний механізм залучення капіталу українськими компаніями..... | 107 |
| Гуменюк Я. Особливості процесів злиттів і поглинань у сучасному МБ..... | 109 |
| Домінова М. Публічно-приватні партнерства в країнах Центральної та Східної Європи..... | 111 |
| Кольба І. Соціальне підприємництво як новітнє явище міжнародної економіки..... | 113 |
| Коретнюк Ю. Оцінка ефективності маркетингової діяльності в соціальних медіа..... | 115 |
| Пінчук І. Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні..... | 117 |
| Почеп Т. Сек'юритизація банківських активів: світовий досвід та перспективи для України..... | 119 |
| Карп О. Інновація як фактор розвитку конкурентоспроможності країни на світовому ринку..... | 122 |
| Левківський В. Аналіз основних показників зовнішньоекономічної безпеки України..... | 124 |
| Черняєв Ю. Особливості розвитку та проблеми регулювання глобального наркобізнесу на сучасному етапі..... | 126 |
| <u>МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЯ</u> | |
| Верещагіна І.Д. Оцінка німецькими ЗМІ трансформаційних процесів на Україні (друга половина 1990-х – початок ХХІ століття)..... | 129 |
| Єдамова А.М. Державна інвестиційна політика та інвестиційний процес в умовах посткризового періоду..... | 131 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Анджапарідзе А. Економічний вимір українсько-грузинського партнерства..... | 133 |
| Волошенко І.О. Неврегульованість кордонів між країнами Центральної Азії як джерело регіональної конфліктогенності..... | 136 |
| Цибуляк А.Г. Пострадянський простір як ключовий регіон для вирішення проблем зовнішньої військової політики Російської Федерації..... | 139 |
| Швагер Ю.І. Військово-політична складова миротворчої діяльності Росії на пострадянському просторі у 1990-ті роки..... | 142 |
| Сербіна К. ООН у боротьбі з міжнародним тероризмом..... | 144 |
| Надувана В. Аналіз основних причин демографічної кризи в Україні..... | 146 |
| Тихончук О. Аналіз векторів зовнішньоекономічної політики України..... | 148 |
| Шамбір К. Технології державного брендінгу у формуванні міжнародного іміджу України... | 150 |
| Калініченко Л. Розвиток соціальновідповідального бізнесу в Україні..... | 152 |
| Мірошніченко Є. Соціально-політичні аспекти формування інформаційного суспільства в Російській Федерації..... | 154 |
| Новак Р. Інформаційна політика України у чорноморському регіоні: безпекова складова.. | 157 |
| Ополинська Д. Засоби масової інформації в контексті боротьби з міжнародним тероризмом..... | 160 |
| Питайчук Л. Розбудова інформаційної безпеки при впровадженні бази даних СПОН..... | 162 |
| Русскіх М. Політика США в сфері кібербезпеки..... | 164 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Яровий Д. Сучасні інформаційні технології Центральної Азії в контексті системи регіональної безпеки..... | 167 |
| Ясенко О. Бази даних як об'єкт кібертерористичних атак..... | 170 |
| Блінова Є. Стратегія побудови державного бренду Канади..... | 174 |
| Медведєва О. Використання соціальних мереж у передвиборчих кампаніях..... | 176 |
| Станецька В. Реклама як засіб формування іміджу політичного лідера..... | 179 |
| Тубальцева В. Вплив зовнішньої політики антитероризму на релігійну та культурну толерантність американського суспільства..... | 182 |
| Чечель К. Аналіз позиціонування російської федерації у проблемі озброєння Ірану..... | 184 |
| Єрьомін М. Метод деконструкції у кінематографі як спосіб використання м'якої сили в ідеологічній боротьбі в контексті міжнародних відносин на прикладі деяких фільмів періоду Другої світової війни та сьогодення..... | 186 |

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

Збірник наукових праць

ВИПУСК 95

(Частина II)

Засновано 1996 року.

Засновник: Інститут міжнародних відносин
Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Свідоцтво про державну реєстрацію: К1 № 292 від 05.11.1998 р.

Науковий редактор: д-р екон. наук, проф. Шнирков О. І.

**Рекомендовано до друку Вченою Радою Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
Протокол №6 від 25 січня 2011 року.**

Підписано до друку 28.01.2011
Наклад 1000 прим.

Відділ оперативної поліграфії
Інституту міжнародних відносин
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Тел. 483–11–25