КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ІНСТИТУТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

ВИПУСК 105

(ЧАСТИНА II)

20 РОКІВ КАФЕДРІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

КИЇВ – 2012

Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць.
Випуск 105. Частина II (у двох частинах).
К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Інститут міжнародних відносин, 2012. – 284 с.

У збірнику вміщені матеріали міжнародної науково-теоретичної конференції «Україна у міжнародному бізнесі за 20 років незалежності: досвід і перспективи», яка відбулася 28 жовтня 2011 року в Інституті міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Розраховано на викладачів, наукових співробітників, аспірантів та студентів.

Редакційна колегія:

Копійка В.В.,	д-р політ. наук, проф. (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.;
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.

© **Інститут міжнародних відносин, 2012.**

ВСТУПНЕ СЛОВО

Шановні читачі!

Перед Вами збірка наукових публікацій викладачів, аспірантів, студентів кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка, а також науковців вищих навчальних закладів, науково-дослідних інститутів України, що займаються проблемами міжнародного бізнесу, присвячених 20-річному ювілею кафедри.

Запропонований увазі читача збірник – це відображення позицій, точок зору, підходів і дискусій учасників міжнародної науково-теоретичної конференції «Україна у міжнародному бізнесі за 20 років незалежності: досвід і перспективи», що відбулася 28 жовтня 2011 року в Інституті міжнародних відносин.

У ході роботи конференції її учасники обговорили широке коло питань, пов'язаних з теоретико-методологічними та практичними аспектами розвитку сучасного міжнародного бізнесу, його видів і форм, механізмів та інструментів регулювання. Особливу увагу було приділено проблемам інтеграції українських компаній у систему світогосподарських зв'язків, підвищення їх міжнародної конкурентоспроможності.

Водночас збірник містить і наукові доповіді аспірантів та кращих студентів спеціальності міжнародний бізнес, з якими вони виступили на традиційній науковій конференції студентів та аспірантів Інституту 20 жовтня 2011 року. Хотілося б побажати молодим науковцям нових творчих успіхів і досягнень у подальших дослідженнях актуальних проблем міжнародного бізнесу.

Колектив кафедри міжнародного бізнесу сподівається, що читачеві буде цікаво і корисно познайомитись з науковими доробками авторів збірника. Ми запрошуємо усіх наших колег, науковців, викладачів, представників бізнесу до продовження співпраці з метою подальшого поглиблення досліджень актуальних проблем міжнародного бізнесу.

Завідувач кафедри
міжнародного бізнесу **проф. Вергун В.А.**

Вергун В.*

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ЗА 20 РОКІВ

Кафедра міжнародного бізнесу заснована у 1991 р. в результаті реорганізації кафедри міжнародних економічних відносин під назвою кафедра управління зовнішньоекономічних зв'язків та маркетингу, а з 1993 р. кафедра управління зовнішньоекономічною діяльністю. Сучасна її назва з 2009 р. (рішення Вченої Ради Київського університету в грудні 2008 р.). У 1991-92 рр. кафедру очолював кандидат економічних наук, доцент В.Д. Прилюк, у 1992-2003 рр. кафедрою завідував доктор економічних наук, професор А.І. Кредісов. З 2003 р. кафедрою керує український дипломат, заслужений економіст України, доктор економічних наук, професор В.А. Вергун. Нинішній склад викладачів кафедри становить 18 осіб, серед них 4 професора (В.А. Вергун, А.І. Кредісов, О.І. Ступницький, В.В. Якубовський), 10 кандидатів економічних наук, доцентів (І.Є. Голубій, О.В. Дикий, В.С. Карп, В.П. Мазуренко, Ю.В. Полунєєв, О.А. Приятельчук, Д.П. Расшивалов, М.Ю. Рубцова, В.І. Серажим, В.С. Морозов), 4 кандидати економічних наук, асистентів (Г.С. Буряк, О.Д. Гоєр, Д.А. Глухова, В.А. Крикун). З 2000 р. вперше в Україні в ІМВ розпочалася підготовка студентів зі спеціальності «Міжнародний бізнес». Підготовка фахівців з цієї нової та конче потрібної для країни спеціальності здійснюється за освітньо-професійними програмами бакалавра, спеціаліста і магістра шляхом викладання професійно-орієнтованих навчальних курсів. У відповідності до нових навчальних планів кафедра забезпечує викладання комплексу нормативних, факультативних дисциплін та дисциплін професійної та практичної підготовки. Викладачі кафедри читають понад 40 професійно орієнтованих дисциплін.

За 20-річну історію своєї навчально-методичної та науково-дослідної роботи викладачами кафедри видано низку підручників, навчальних посібників, наукових монографій навчально-методичних розробок. Серед них підручники: «Міжнародний бізнес» за редакцією професора В.А. Вергуна (2007), «Міжнародні економічні відносини» за редакцією професора А.С. Філіпенка (1994), «Основи фінансового менеджменту» за редакцією професора О.І. Ступницького (1996), «Міжнародні валютно-кредитні відносини» за редакцією професора О.І. Рогача (1997), «Міжнародні фінанси» за ред. проф. О.І. Рогача (2003), «Фінанси» (мультимедійна інтерактивна навчальна версія CD-ROM) за редакцією професора О.І. Ступницького (2004), «Статистика» автор доцент В.П. Мазуренко (2008), «Кон'юнктура світових товарних ринків» автор доцент С.М. Березовенко (2008), «Міжнародна міграція робочої сили та механізм її регулювання» автор професор О.І. Ступницький (2008). Навчальні посібники: «Інновації та інноваційний менеджмент» автор професор О.І. Ступницький (2006), «Сучасний факторинг: ефективність торговельних операцій та управління корпоративними фінансами» автор професор О.І. Ступницький (2010), «Іноземні інвестиції: офшорні зони та їх інституції в міжнародному бізнесі» автори професор В.А. Вергун і професор О.І. Ступницький (2011). У 2007 р. викладачами ка-

* доктор економічних наук, професор, завідувач кафедрою міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

© Вергун В., 2012

федри видано перший вітчизняний підручник «Міжнародний бізнес», у 2009 р. здійснено 2-ге видання цього підручника.

У 2002 р. за результатами міжнародної наукової співпраці з Редінгським ун-том (Велика Британія) опублікований навчальний посібник «Фінансовий сектор ринкової та транзитивної економік» за редакцією професора А.І. Кредісова і доцента І.Є. Голубія. Окрім підручників та навчальних посібників викладачами кафедри підготовлено низку наукових монографій, у т.ч.: «Україна в європейській архітектурі безпеки», «Економічна енциклопедія. Лауреати Нобелівської премії. т. 1, 2», «Вплив ЄС та НАТО на внутрішні трансформаційні процеси в Україні» (проф. В.А. Вергун); «Транснаціоналізація науково-технічної політики в умовах посилення міжнародної економічної взаємозалежності», «Україна – Росія: державна політика щодо малого підприємництва» (проф. О.І. Ступницький), «Корпоративне управління в умовах глобалізації» (проф. В.А. Вергун і проф. О.І. Ступницький), «Міжнародні інвестиційні проекти: співробітництво у сфері управління та практика реалізації (на прикладі проекту «Укриття») (проф. В.А. Вергун і проф. О.І. Ступницький), «Інститути спільного інвестування в умовах глобалізації світових фінансових ринків» (проф. В.А. Вергун і проф. О.І. Ступницький).

Починаючи з 2001 р. кафедрою започатковано практику проведення щорічних міжнародних науково-практичних конференцій з питань розвитку міжнародного бізнесу в Україні. Зокрема: «Міжнародний бізнес в Україні: становлення та розвиток в умовах ринкової трансформації суспільства» (1-2 листопада 2001р.); «Міжнародний бізнес: адаптація до зовнішнього середовища» (10-11 жовтня 2002р.); «Міжнародний бізнес: розвиток ринку інформаційно-комунікаційних технологій» (9-10 жовтня 2003р.).

З нагоди свого 20-річного ювілею колективом кафедри у жовнті 2011 року організовано і проведено міжнародну науково-теоретичну конференцію «Україна у міжнародному бізнесі за 20 років незалежності: досвід і перспективи». В роботі конференції взяли участь викладачі і науковці ВНЗ та науково-дослідних установ України, представники дипломатичного корпусу, ділових і бізнесових кіл, зарубіжні гості. У доповідях на пленарному засіданні, у ході дискусій її учасники обговорили широке коло проблем, пов'язаних з теоретичними та практичними аспектами розвитку сучасного міжнародного бізнесу, окреслили можливості і проблеми діяльності національних компаній у глобальному конкурентному просторі.

З 2004 р. у рамках щорічних конференцій Київського університету для молодих вчених на кафедрі організована та плідно працює власна наукова секція, у роботі якої беруть активну участь аспіранти та здобувачі кафедри, студенти з подальшим опублікуванням їх наукових матеріалів. У 1995 р. при кафедрі засновано студентський науковий гурток під назвою «УЗЕД» (абревіатура назви кафедри), який у 2000 р. перейменовано на «Міжнародний бізнес». Кафедра бере активну участь у науково-дослідній роботі ІМВ, в рамках міжнародних проектів та програм, пов'язаних з різноманітними аспектами зовнішньоекономічної діяльності та міжнародного бізнесу. Крім того, з 1997 р.кафедра плідно співпрацює з Вищою технічною школою м. Мерзебург (Німеччина); Центром Євро-Азіатських досліджень Редінгського університету (Велика Британія). Результатами співробітництва стали спільні наукові публікації, науково-практичні конференції та круглі столи, стажування викладачів, а також навчання студентів спеціальності «Міжнародний бізнес» у цих ВНЗ. Викладачі кафедри беруть участь у наукових та громадських заходах ІМВ та Київського національного університету.

За 20 років підготовлено і захищено 3 докторські дисертації та 57 кандидатських дисертацій.

Дисертації, захищені по кафедрі МБ (УЗЕД)

1986

Кваши-Поку Франк Коджо Алабо (Республіка Гана) «Проблеми міжафриканського економічного співробітництва та інтеграції в діяльності економічної комісії ООН для Африки» науковий керівник – к.е.н., доцент В.В.Волошин

1988

Загребельний М.П. «Проблеми перебудови економічних відносин країн, що розвиваються з капіталістичними державами» науковий керівник – к.е.н., доцент Г.М.Биков

1991

Антоніо Іскієрдо (Республіка Куба) «Морський транспорт Республіки Куба як фактор стабільного забезпечення зовнішньополітичних зв'язків» - науковий керівник – к.е.н., доцент В.В.Волошин

Литовченко Б.В. «Людина в сучасних економічних концепціях Заходу» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

Стельник В.М. «Сучасні західні концепції військово-економічної інтеграції» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

Терпицький Е.Л. «Оптимізація масштабів виробництва у стратегії забезпечення конкурентноспроможності Європейського Співтовариства» науковий керівник – к.е.н., доцент Г.М.Биков

1992

Алаві Салех Аль-Караа (Йеменська Республіка) «Довгострокові тенденції і нові явища у механізмах кон'юнктуроутворення на світовому ринку нафти» науковий керівник – к.е.н., доцент С.М.Березовенко

Вергун Володимир Антонович «Екологічні проблеми в сучасній економічній думці Заходу (аналіз світо господарських аспектів)» науковий консультант – д.е.н., професор А.І.Кредісов

Леопольд Фара (ФРН) «Розвиток міжнародного розподілу праці в галузі комп'ютерної техніки та технології (на прикладі ФРН та України)» науковий керівник –д.е.н., професор В.А.Вергун

1993

Покотилова В.І. «Кооперація як теорія і практика господарської організації» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

Гіаннокопулос Панайотіс (Греція) «Нові явища у переміщенні капіталу між розвиненими і менш розвиненими країнами Європейського Економічного Союзу (на прикладі Греції)» науковий керівник – к.е.н., доцент В.В.Волошин

1995

Натрашвілі Роберт Нодарович (Грузія) «Проблеми та тенденції розвитку змішаної економіки (на прикладі розвинутих країн)» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

Ряба О.І. «Проблеми зовнішньоекономічних зв'язків в українській економічній літературі 20-х років XX століття» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

1997

Потапов І. Ю. «Світовий досвід оцінки ефективності капіталовкладень та його використання в Україні» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

Шипиленко Я.А. «Регулювання іноземних інвестицій в умовах глобалізації руху капіталу» науковий керівник – к.е.н., доцент С.М.Березовенко

Халед Мохамед Махмуд Абу-Аліга (Йорданське Хашимітське Королівство) «Особливості і проблеми розвитку сучасних торгово-економічних відносин України з країнами арабського регіону» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

1998

Голубій І. Є. «Зовнішньоекономічні аспекти трансформації економіки Японії в умовах глобалізації світогосподарських зв'язків» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

Міхнєв А.В. «Розвиток валютних відносин країн-членів Європейського Союзу у світлі Маастрихських угод» науковий керівник – к.е.н., доцент В.В.Волошин

Вернер Браун (ФРН) «Роль стратегічного менеджменту в забезпеченні конкурентоспроможності малих та середніх підприємств» науковий керівник – д.е.н., професор А.С.Філіпенко

Одинець В.М. «Формування стратегії залучення іноземних інвестицій в економіку України» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

1999

Делікатна І. О. «Організація взаємодії рекламодавця та рекламного агентства на міжнародному рівні» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

2000

Савін К.С. «Управління маркетингом банківських установ в країнах Європейського Союзу (на матеріалах німецької банківської системи)» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

Литвиненко Н. П. «Регулювання зовнішньоторговельної політики України в умовах ринкової трансформації» науковий керівник – д.е.н., професор В.А.Вергун

2001

Дерев'янко О.В. «Експортна стратегія України за умов глобалізації світового ринку» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

Меркер Гюнтер (ФРН) «Трансформація державного сектору в умовах глобалізації світового господарства (на прикладі промислово-розвинених країн)» науковий керівник – д.е.н., професор В.А.Вергун

2002

Уве Маркуард (ФРН) «Стратегія залучення іноземних інвестицій в нові федеральні землі об'єднаної Німеччини» науковий керівник – д.е.н., професор В.А.Вергун

Наумова В. С. «Оцінка ефективності стратегії міжнародного маркетингу підприємства» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

Гончаренко В.В. «Становлення світової системи кредитної корпорації: теорія, методологія, практика» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

Фаренюк Н.В. «Регулювання ринків цінних паперів у країнах з перехідною економікою» науковий керівник – к.е.н., доцент Д.П.Расшивалов

Гоєр О. Д. «Формування привабливості національних ринків у міжнародному маркетинговому середовищі» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

Рожкова Т.С. «Партнерство з Євросоюзом як умова інтеграції України в світове господарство» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

2003

Панікар Г. Ю. «Регіональна економічна політика залучення прямих іноземних інвестицій в країнах СНД» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

Бородіна В.М. «Регулювання прямих іноземних інвестицій в країнах з перехідною економікою» науковий керівник – к.е.н., доцент В.В.Волошин

2004

Губар Н. П. «Стратегії формування конкурентних переваг транснаціональних корпорацій в умовах глобалізації світогосподарських зв'язків» науковий керівник – к.е.н., доцент О.І.Ступницький

Боліла М.М. «Конкурентні стратегії фірм на світовому ринку та особливості їх реалізації в умовах України (на матеріалах ринку побутової техніки)» науковий керівник – к.е.н., доцент Д.П.Расшивалов

Літвін Н.М. «Антикризове управління підприємствами в країнах з перехідною економікою» науковий керівник – к.е.н., доцент О.І.Ступницький

Савченко О. Г. «Ризики в банківській системі країн Європейського Союзу: методи визначення та управління» науковий керівник – к.е.н., доцент Д.П.Расшивалов

Бабенко В.О. «Державна політика стимулювання експорту в ринковій економіці» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

Олефіренко М.М. «Організаційно-економічні засади становлення платіжних систем у країнах з перехідною економікою (на прикладі країн Центральної та Східної Європи)» науковий керівник – к.е.н., доцент Д.П.Расшивалов

Лі Хуа (КНР) «Управління міжнародною економічною діяльністю Гонконгу» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

2005

Дикий О. В. «Формування конкурентних маркетингових стратегій на підприємстві в умовах глобалізації бізнесу» науковий керівник – д.е.н., професор В.А.Вергун

Лисенко В.П. «Розвиток та організація маркетингових досліджень в Україні в умовах глобалізації бізнесу» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

Мусієнко О.І. «Міжнародне корпоративне податкове планування в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю компаній» науковий керівник – к.е.н., доцент С.М.Березовенко

Шаравська А. В. «Управління конкурентоспроможністю енергогенеруючих підприємств в умовах виходу на зовнішній ринок (на прикладі підприємств атомної енергетики України)» науковий керівник – к.е.н., доцент Д.П.Расшивалов

2006

Приятельчук О.А. «Формування та розвиток системи кроскультурного менеджменту (на прикладі міжнародних корпорацій)» науковий керівник – д.е.н., професор В.А.Вергун

Литвин О.Є. «Формування експортної політики України на світовому ринку зернових» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

Голосов О. О. «Управління конкурентоспроможністю зернового комплексу України на світовому ринку» науковий керівник – к.е.н., доцент В.І.Серажим

Сігуа Георгій Варламович (Грузія) «Основні домінанти створення та функціонування вільних економічних зон у перехідній економіці» науковий керівник – д.е.н., професор А.І.Кредісов

2007

Карп В.С. «Диверсифікація торгівлі міжнародними туристичними послугами в умовах глобалізації (на прикладі країн ЦСЄ)» науковий керівник – д.е.н., професор В.А.Вергун

2008

Капітула О. Г. «Міжнародний менеджмент глобальних інвестиційних проектів в Україні (на прикладі проекту «Укриття»)» науковий керівник – к.е.н., доцент О.І.Ступницький

2009

Литвиненко П. О. «Міжнародні стратегії компаній України в умовах цінових флуктуацій (на прикладі підприємств хімічної промисловості)» науковий керівник –д.е.н., професор В.А.Вергун

Прохницька Г. Л. «Кон'юнктура глобального ринку легкових автомобілів» науковий керівник – к.е.н., доцент В.І.Серажим

Кудінович О. О. «Оптимізація управління відкритими акціонерними товариствами в Україні в умовах геоекономічних викликів» науковий керівник – к.е.н., професор О.І.Ступницький

Савелко Т. В. «Вплив міжнародних платіжних карткових систем на розвиток ринку банківських послуг України» науковий керівник – к.е.н., професор О.І.Ступницький

2010

Буряк Г. С. «Корупційні відносини в сучасних умовах інституціоналізації світової економіки» науковий керівник – к.е.н., доцент В.П. Мазуренко

Андрусяк О. І. «Розвиток бізнес-комунікацій у міжнародних економічних відносинах» науковий керівник – к.е.н., доцент В.П. Мазуренко

Кондратчук К.С. «Механізм злиття і поглинання ТНК в умовах світових фінансових криз» науковий керівник – к.е.н., доцент В.П. Мазуренко

Бережнюк І.Г. «Розвиток системи митного регулювання України в умовах розширення міжнародного співробітництва» науковий консультант – д.е.н., професор А.І.Кредісов

2011

Глухова Д.А. «Нанотехнологічні інновації в системі факторів міжнародної конкурентоспроможності України» науковий керівник – д.е.н., професор В.А.Вергун

Коверда В.М. «Трансформація діяльності інститутів спільного інвестування в умовах фінансової глобалізації» науковий керівник – к.е.н., професор О.І. Ступницький

Крикун В.А. «Диверсифікація брендів банківських установ в умовах асиметрії світогосподарських процесів» - к.е.н., доцент В.П. Мазуренко

Лебедь І. Г. «Формування системи стратегічного менеджменту у зовнішньоекономічній діяльності українських компаній (на прикладі компаній легкої промисловості)» – д.е.н., професор В.А.Вергун

На даний час на відділенні навчається 388 студентів, у тому числі I курс - 57, II курс - 64, III курс - 83, IV курс - 95, V курс – 51 (спеціалісти - 11, магістри - 40), VI курс - 38. Студенти представляють всі регіони нашої держави.

Від першого випуску у 2005 р. підготовлено 242 магістра, 117 спеціалістів. Випускники кафедри працюють у державних установах, міжнародних організаціях і компаніях, національних комерційних структурах.

Колектив кафедри працює над подальшим вдосконаленням навчального процесу у відповідності до вимог сьогодення.

Баранник Л.*

КИТАЙСЬКА МОДЕЛЬ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Соціальний захист населення є частиною людської діяльності, спрямованої на запобігання бідності та підтримку доходів населення. Отже, він є одним з способів соціально-економічного розвитку. І від того, як використовується цей спосіб, не в останню чергу залежать показники розвитку країни загалом. Соціальний захист населення (далі – СЗН) не можна здійснювати за єдиним «сценарієм» чи сліпо копіювати. Але можна творчо використовувати набутий іншими країнами багатолітній досвід, що й демонструє на сьогоднішній день Китай.

Для України, яка встала на шлях реформ, досвід інших країн є корисним. Тим більш, коли мова заходить про Китай, про темпи його перетворень. З 1994 р. в Китаї розпочато створення власної моделі СЗН, яка називається системою соціальної безпеки. Щоправда, слово «модель» ми тут вживаємо з певною часткою умовності, оскільки говорити про систему СЗН у Китаї можна поки що з великою натяжкою, проте досвід її формування заслуговує вивчення.

Зауважимо, що під моделлю ми розуміємо сукупність схематичних рис реально існуючого устрою, у даному випадку – системи СЗН. До таких рис можна віднести національні пріоритети в галузі соціальної політики, фінансовий механізм, принципи організації системи СЗН та деякі інші.

Нині до розвитку Китаю прикута увага всього світу. За 30 років свого розвитку країна у 6 разів збільшила свій національний капітал. Сучасна історія не знає більше випадків такого неймовірного піднесення. Китайську реальність вивчають вчені, журналісти, експерти міжнародних організацій, китаєзнавці. Потік публікацій величезний. Погляди науковців суперечливі та неоднозначні (особливо це стосується оцінок соціального розвитку). Часто різниться і статистична інформація китайських та зарубіжних агенцій.

Проблеми життєвого рівня Китаю досліджені в роботах Бергера Я.М., Гельбраса В.Г., Волкової Л.А., Кондрашової Л.І., Михєєва В.В., Муромцевої З.А., Наумова І.Н., Переломова Л.С., Пивоварової Е.П., Титаренка М.Л. та ін.

Передісторія питання. Багато хто вважає успіхи КНР «китайським чудом». Насправді ніяких «чудес» немає. Високі темпи зростання – результат тривалих реформ, які відбувались не завжди гладко та успішно. Протягом багатьох тисячоліть в Китаї була жахлива бідність. Ніякі реформи не могли суттєво змінити ситуацію. І лише політика на ринкові перетворення дозволила зрушити з місця цю проблему. Після смерті Мао Цзедуна в 1978 р. Голова КНР Ден Сяопін очолив комуністичну партію Китаю і почав здійснення реформ. Він висунув гасло «про необхідність збагачення всього китайського народу», висказався за будівництво так званої соціалістичної ринкової економіки, де ведучою силою має стати ринок [8, 108]. Після цього в Китаї водночас розпочались «три революції»: перехід економіки від планової до ринкової, від аграрної до індустріальної, від опори на власні сили

* кандидат економічних наук, докторант НДФІ ДННУ «Академія фінансового управління» Міністерства фінансів України

© Баранник Л., 2012

(внутрішній ринок) до світового ринку. Уряд КНР став проводити процес лібералізації, посилення позицій приватної власності, залучення іноземного капіталу. В сфері зовнішньоекономічних відносин був узятий курс на неперервне розширення відкритості світу. У 2001 р. Китай увійшов до СОТ. Китай більше, ніж інші країни Азії, які опереджають його за економічним розвитком, робить ставку на відкритість зовнішньому світу. Проте об'єктивності заради слід сказати, що в Китаї у ході ринкових перетворень склався дисбаланс економічного і соціального розвитку.

Станом на кінець 2010 р. у КНР проживало більше 1,34 млрд. чол. За 25 років проведення політики реформ бідне населення у країні скоротилось з 250 млн. до 29 млн. чол. [2], за іншими даними, до 100 млн. чол. 21,5 млн. китайських селян живуть нижче офіційної абсолютної межи бідності (близько 90 дол. США на рік), ще 35,5 млн. селян живуть трохи вище цього рівня, але нижче офіційно встановленої межі «низького доходу» (близько 125 дол. США на рік (2007). Майнове розшарування в Китаї між 10% бідного та 10% багатого населення складає 3,5:15 (%). За коефіцієнтом Джині 41,5 Китай знаходиться на 52 місці серед 136 країн світу (2009 р.). Річний показник інфляції у 2010 р. складав 5% [10; 11]. З одного боку, важко ці дані назвати успіхами, оскільки ще значна частина населення залишається бідною, з іншого – динаміка змін і міжнародні рейтинги дозволяють говорити про них (табл. 1).

Таблиця 1.
Динаміка валового національного доходу на душу населення у країнах світу [22]

**	**Країни**	**1980**	**1990**	**2000**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009***	**2010***
1	Норвегія	30,86	38,161	51,854	56,207	57,028	58,21	58,714	57,834	58,278
4	США	27,624	34,594	42,359	45,293	46,114	46,59	46,35	45,361	46,653
9	Швеція	22,361	26,978	31,726	35,375	36,648	37,308	36,961	35,606	36,139
10	Німеччина	21,742	26,979	32,099	32,967	33,981	34,864	35,374	34,053	34,743
11	Японія	20,232	28,152	31,037	32,878	33,553	34,352	34,129	32,774	33,649
12	Респ.Корея	6,013	12,347	20,317	24,713	25,907	27,14	27,658	27,954	29,326
27	Сінгапур	15,933	25,828	40,56	47,374	49,75	51,426	49,321	48,062	50,266
65	Росія	-	13,674	9,328	12,843	13,894	15,062	15,923	14,903	15,719
69	**Україна**	-	**8,73**	**4,002**	**6,045**	**6,531**	**7,089**	**7,277**	**6,283**	**6,591**
70	Іран	7,673	6,772	8,302	10,085	10,525	11,201	11,5061	11,658	11,891
73	Бразилія	8,199	7,772	8,576	9,209	9,468	9,902	10,304	10,306	10,847
83	Турція	6,402	8,778	10,58	12,344	13,026	13,464	13,417	12,771	13,359
89	**Китай**	**567**	**1,19**	**2,885**	**4,413**	**4,898**	**5,506**	**5,971**	**6,536**	**7,206**

**Розраховано на підставі даних по ВНД на душу населення у дол. США 2008 по ПКС (у поточних та постійних цінах) з World Economic Outlook (квітень, 2010) та очікуємих показників зростання ВВП на душу населення з МВФ (2010).*

*** Місце у рейтингу за Індексом розвитку людського потенціалу (ранг). Країни вибрано довільно.*

Нині Китай знаходиться серед країн з середнім рівнем ІРЛП (89 місце), а ще у 2006 р. обсяг ВВП на душу населення дорівнював 210 дол. (129 місце у світовому рейтингу) або 7730 дол. у розрахунку по ПКС валют (102 місце). За даними Світового банку, ВВП на душу населення в Китаї у 2005 р. досяг лише низького рівня країн з середнім рівнем ВВП на душу населення – 1740 дол. або 6600 дол. по ПКС, а низький рівень для цієї групи країн – 1918 та 6313 дол. відповідно. Тобто, Китай ледве вийшов чи лише виходить з групи країн с низьким рівнем ВВП на душу населення [10].

На думку деяких західних економістів, промислова революція в Китаї не являє собою нічого особливого і схожа з ситуацією у минулому в Англії, США, Японії: урбанізація, ін-

дустріалізація, інвестиції у великих обсягах, поява класу середньої буржуазії. Але «не слід забувати, що Китай на це використав лише чверть віку, у той час, як Англії знадобилось майже сто років» [8, 109].

Дійсно, Китай – не єдина країна даного регіону, яка демонструє високі темпи економічного зростання. В Японії у 1950-1975 рр. темпи росту були на рівні 8,5%; в Кореї також – 8,5%, в Тайвані – 9,1% (з 1960 р.). Сінгапур, Гонконг, Таїланд, Малайзія протягом трьох десятиліть наблизились до 9% реального росту ВВП [1].

З соціальної точки зору ринкові реформи означали наступне: у сфері виробничих відносин були створені максимально сприятливі для населення умови для розвитку підприємницької діяльності. Податки на той час були символічні. Уряд не перешкоджав від'їзду китайців у пошуках праці в інші країні світу (щоправда, для КНР відтік робочої сили не є серйозною проблемою, як, скажімо, для України). Інакше кажучи, населенню були створені умови для самозайнятості. Протягом 1996-2001 рр. у Китаї були закриті тисячі держпідприємств і звільнено майже 30 000 000 державних працівників, які пішли у приватний сектор. Відмітимо, що допомога з боку держави мала жорсткі правила. Якщо у 1980-х роках держава допомагала збитковим підприємствам субсидіями, то у 1990-х цього вже не було. Укорінилося правило – збиткове підприємство підлягає закриттю і продажу. В рамках програми радикальних економічних перетворень у Китаї почалась боротьба із збитковими підприємствами. На них була створені спеціальні групи з питань банкрутств, центри зайнятості, в яких звільнені особи могли отримати мінімальну прожиткову допомогу. Банківське кредитування працює в Китаї за ринковими принципами.

Проблеми становлення системи СЗН. З розвитком соціальної сфери в Китаї не все так добре, як з темпами загального економічного зростання. Рівень і якість життя населення Китаю на початку нового тисячоліття не відповідають вимогам нового етапу світового розвитку, викликам XXI ст. Темпи зростання грошових доходів населення за останні декілька років вражаючі, але за хорошими середніми показниками приховується кризовий стан багатьох галузей соціальної сфери, великі соціальні й регіональні відмінності, широкомасштабна бідність.

У доповіді Академії суспільних наук КНР «Аналіз і прогноз соціальної ситуації у 2004-2005 рр.» відверто названо цілий ряд проблем, які стримують розвиток країни: гострі протиріччя, що пов'язані з втратою селянами землі (колишні сільгоспугіддя, що належать близько 40 млн. селян, використовуються в інших цілях, а розмір компенсацій надто низький); збільшення розриву у доходах населення (за результатами виборчого опитування пропорція складає 9,5:1; проблема з працевлаштуванням (число незайнятого міського населення щорічно збільшується на 24 млн. осіб, хоча Китай у змозі створювати 9 млн. робочих місць на рік); ліквідація бідності (межа бідності для китайських селян складає лише 625 юанів в рік, що нижче встановленого ООН рівня – 900 юанів (близько 110 дол. США); корупція; дефіцит ресурсів; забруднення навколишнього середовища та деякі інші [5].

З моменту доповіді минуло 7 років, але ці проблеми все ще мають місце, хоча, безумовно, поступово вирішуються. Завдання реформи у соціальній сфері – створення багатоступеневої системи СЗН.

Боротьба з бідністю почалась з реформ в аграрному секторі. В селах тоді проживало майже 70% населення, яке зберегло традиційну тягу до землі та не втратило навичок селянської праці. Для забезпечення успіхів в сільському господарстві необхідна була матеріальна зацікавленість трудящих та допомога їм з боку держави. Наприкінці 80-х років були ліквідовані народні комуни і здійснено перехід до системи сімейного (орендного) підряду, введені протекціоністські державні закупівельні ціни, взятий курс на розвиток

сільської промисловості, підвищені закупівельні ціни на зерно та інші продовольчі культури, знижені податки, збільшені кредити. Це сприяло тому, що вже за перші 5 років на третину збільшився збір продовольчих культур і більше ніж вдвічі зросли доходи селян. Успіх реформ у селі сприяв перетворенням у містах, де значно пожвавились підприємницька діяльність.

У результаті в 1979-1997 рр. доходи сільського населення зросли в 4,4 рази, а міського - в 3,1 рази. У 1979-2005 рр. середньорічні грошові доходи на душу населення міських домогосподарств збільшились в 6,1 рази, сільських - в 6,2 рази. Комплексний показник життєвого рівня – середня тривалість життя населення збільшилась за роки реформ з 67,5 до 71,5 років. Зросло в середньому споживання основних продовольчих товарів, покращилась його структура, хоча за споживанням рису на душу населення серед країн азіатського регіону Китай на 15 місці (78,5 кг на рік, у той час, як у Бірмі 196,8 кг (1 місце) [20]. Частка витрат на харчування в бюджетах домашних господарств (коефіцієнт Енгеля) скоротився у місті з 54,5 % загальних витрат у 1989 р. до 36,7 % у 2005 р., в селі - з 54,8 до 45,5 % [9, 7]. Саме так Китаю вдалось створити умови для вивода із злиднів значні маси населення і вагомо збільшити рівень добробуту. Разом з цим, за даними офіційної статистики, у 2005 р. середньорічний доход домогосподарств у містах дорівнював 10493 юаня (приблизно 1300 дол. по курсу на той період), а в сільських - 3254 юаням (приблизно 407 дол.). При цьому і в місті і в селі приблизно 60% населення мали доходи нижче середнього рівня [9, 8].

У Китаї система СЗН – це комплексне поняття, що передбачає соціальну допомогу, соціальне страхування та суспільний добробут. Уряд надає важливе значення системі соціальної допомоги та соціальному страхуванню.

Соціальна допомога в Китаї – це система забезпечення прожиткового мінімуму для громадян, які самостійно неспроможні підтримувати необхідний життєвий рівень. Міське населення з несільською пропискою має право отримати базову матеріальну допомогу від місцевої адміністрації, якщо середньодушовий доход сім'ї нижче прожиткового мінімуму, встановленого у місті. Поступово розвивається мережа соціального забезпечення і в селах.

У Китаї діє багато спонсорських програм по наданню допомоги одиноким матерям, бідним, будівництву водогонів для постачання питної води тощо. Усе це – так звана народна допомога, а по суті це реалізація принципу солідарності.

Одним з пріоритетних напрямів системи СЗН є захист інвалідів та дітей-інвалідів. В Китаї 60 млн. інвалідів, і хоча вони складають лише 4% загальної чисельності населення країни, однак рівень їх життя є важливим показником перетворень в китайському суспільстві. З 1991 р. у КНР запроваджений Національний день допомоги інвалідам, поступово реалізується Стандарт міський вулиць і споруд із врахуванням зручностей для пересування інвалідів. Зайнятість серед інвалідів збільшилась з 50 до 80% [6]. Китай розглядає розширення зайнятості як засіб боротьби з бідністю. Серед країн БРІКС Китай знаходиться на 2 після Бразилії місці за часткою економічно активного населення у загальній його кількості. Ця частка коливається від 56,9 (2000 р.) до 58,4% (2009 р.) Рівень безробіття протягом останніх 10 років не піднімався вище 4,3% у 2003 і 2009 рр.(у 2000 р. - 3,1%, 2010 р. - 4,1%) [14].

Другим пріоритетом є створення соціальної інфраструктури. У Китаї відбувається широкомасштабне будівництво шкіл, спортивних споруд, лікарень. У 2004 р. для будівництва інтернатів у сільській місцевості було виділено 3 млрд. юанів (1 дол. США=8,28 юаня) [6]. КНР витрачає величезні кошти на безліч освітянських програм. На освіту йде 3,6% ВВП (2009р.) [14,50].

Третім пріоритетом є розвиток страхування. Соціальне страхування в КНР не було обов'язковим. У 1993 р. соціальним страхуванням користувалось 180 млн. працівників та службовців [4]. У 2010 р. прийнято Закон КНР «Про соціальне страхування», який встановлює основні правила відносно всіх видів обов'язкового соціального страхування, що існують в країні: базового пенсійного страхування, базового медичного страхування, страхування від виробничих травм, страхування від безробіття і страхування по вагітності та пологам. Закон розповсюджується і на іноземних громадян, які працюють на території КНР. Вони братимуть участь у програмах соціального страхування у відповідності з загальними правилами.

Проблема старіння населення є актуальною й для Китаю. За оцінками Державного комітету по демографічній політиці та плановому дітонародженню КНР, а також даним ООН, при пенсійному віці 60 років за період з 2005 по 2050 рр., собівартість утримання людей похилого віку в Китаї збільшиться приблизно на 180% [3]. Демографічна ситуація ускладнюється тим, що, по-перше, нині в Китаї немає гарантованого пенсійного забезпечення по старості, яке охоплювало б усі верстви населення. По-друге, матеріальне забезпечення старшого покоління покладається на їх родичів. У Законі про захист прав літніх людей в КНР говориться, що саме сім'я повинна бути головною опорою людей похилого віку і забезпечувати їх матеріально і морально. Така установка відповідає культурній традиції народу. Однак, вона розходиться з тенденціями модернізації китайського суспільства, стрімко стверджуючими модель нуклеарної сім'ї і руйнуючими модель складної сім'ї, в якій поєднані два або три покоління. У зв'язку з скороченням народжуваності кількість утриманців старшого віку, які приходяться на одну молоду сім'ю, часто перевищує матеріальні можливості по їхньому утриманню.

Пенсійне забезпечення в Китаї нині функціонує по принципу страхової системи. Основним механізмом її здійснення є система страхування по старості, яка охоплює працівників та службовців. Дані Міністерства праці та соціального забезпечення показують, що в 2007 р. число осіб, які уклали договір про страхування по старості склало 201 млн. осіб проти 155 млн. в 2003 р. [3]. У цьому випадку пенсія виплачується із Фонду основного страхування по старости, кошти в якій вносяться з державного бюджету (як центрального, так і місцевого) та з вкладень підприємств і організацій. Джерелами виплат пенсій в КНР є також пенсійні фонди закладів, фонди корпоративної страхової ренти і Загальнодержавний фонд соціальних гарантій. В рамках даних фондів діє державний механізм регулярної індексації тарифів основного страхування, тому соціальні виплати і, зокрема, пенсія, постійно підвищується.

Приведені механізми, в основному, функціонують у містах. Сільське населення поки що не охоплене системою основного страхування по старості. Очевидно, що система пенсійного забезпечення не до кінця сформована і тому потребує спрямування зусиль держави на те, щоб пенсійне забезпечення стало всезагальним і хоча б на рівні прожиткового мінімуму.

Що ж має взяти Україна на озброєння з досвіду розбудови в КНР системи СЗН… По-перше, налаштованість на послідовність у проведенні реформ; по-друге, на створення максимально сприятливих умов для самозабезпечення населення; по-третє, на підтримку вітчизняного підприємництва.

Література

1. Андерсон Дж. Экономический рост и государство в Китае. Стенограмма лекции / Джонатан Андерсон. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://polit.ru/lectures/2008/07/17/china.html

2. Итоги обследования: 7 актуальных социальных проблем в Китае. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://russian.people.com.cn/31521/3129482.html
3. Каукенова Т. Пенсионное обеспечение в КНР. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.easttime.ru/analitic/3/8/520p.html
4. Китай: угрозы, риски, вызовы развитию / Под. ред. В.В. Михеева. - М.: Московский Центр Карнеги, 2005. [Електроний ресурс]. - Режим доступу: http://carnegieendowment.org/files/9275book_Kitai1.pdf
5. Разумов В.И. Новости из Китайской Народной Республики (социальная политика). [Електроний ресурс]. Режим доступу: http://www.polit.lv/index.php?article=84
6. Социальная политика Китая. [Електронний ресурс]. -Режим доступу:
7. http://hongdar.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=434&Itemid=90
8. Социальные последствия рыночных преобразований в КНР (1978-2000). - М.: Институт Дальнего Востока РАН, 2004. – 560с.
9. Чунь Ван Сяо. Анализ экономического развития в Китае в период с 1985 по 2007 г. / Ван Сяо Чунь // Известия Санкт-Петербургского университета. – 2009. - № 2. – 108-110.
10. Чэнь Юй-Цюнь. Жизненный уровень населения России и КНР в начале XXI столетия: актуальные проблемы и перспективы. Автореф. дис. канд. экон. наук / Чэнь Юй-Цюнь. - М.: Ин-т экономики РАН, 2007. – 15с.
11. CIA. The World Factbook. China. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ch.html
12. Distribution of family income – Gini index. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/
13. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) http://www.fao.org/
14. Human Development Report 2011. Database. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://hdrstats.undp.org/en/indicators/62006.html
15. National Bureau of Statistics of China // [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.stats.gov.cn/english/statisticaldata/otherdata/

Будкін В.*

ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС - СЕРЕДОВИЩА КРАЇН СНД

The article is dedicated to studing the modern conditions of the business activity in the region of the CIS countries. The important peculiarities of such activity are analyzes,among them the influence of the reform imitation, unfinished way of the economic transformation.The leading motif of the research is an argument that in CIS countries was built quasy – capitalism.

Ключові слова: Співдружність незалежних держав, економічна трансформація, господарський механізм, імітація реформ, квазі – капіталізм.

Метою дослідження є визначення основних характерних рис бізнес – середовища в окремих державах – учасницях СНД та його значення для економічних відносин з Україною в контексті загальної теми про участь нашої країни у міжнародному бізнесі. Існуюча бізнесова ситуація в цих країнах є прямим результатом генезису становлення та функціонування власних господарських організмів цих держав в умовах відхилення від раціональних методів економічної трансформації, що призвело до значних відмінностей існуючого у них бізнес – середовища між окремими групами держав регіону та ще більших відхилень у бізнесовому середовищі від практики його існування у передових країнах світу.

Порівняно із двома іншими групами постсоціалістичних держав – країнами Центральної Європи та Китаєм і В'єтнамом учасники СНД після двадцятиріччя незалежності мають найменьші успіхи у своєму економічному розвитку. За даними МВФ на квітень 2011 року їх місце у світовому рейтингу ВВП на душу населення коливається від 53 місця у Росії (10437 доларів, що на рівні Латвії або Туреччини), 94 місця у України (3000 доларів – на рівні Індонезії та Гватемали) до 125 місця Таджикістану (741 долар, що відповідає рівневі найменш розвинутих африканських та латиноамериканських країн – Малі, Гаїті тощо) серед 142 включених до цього переліку країн. Постсоціалістичні країни Європи у зазначеному рейтингу займають значно вищі місця – від 32 - го у Словенії (23706 доларів на душу населення) та 39 – го у Чеської Республіки (18288 доларів відповідно) до 52 – го місця у Латвії (10695 доларів). Нижчі порівняно із Росією та Казахстаном (8883 долара на душу населення) місця займають лише Румунія (65 - е місце, 7542 долара відповідно) та Болгарія (6334 долара, або 69 – е місце у рейтингу), які внаслідок відставання від узгодженого із ЄС графіка економічних реформ були із значною відстрочкою прийняті до Європейського Союзу. Навіть Китай, який стартував з набагато гірших економічних позицій (у 1990 році КНР за рівнем ВВП на душу населення відставав від показників Росії у 11 разів, а у 2010 році – всього у 2,4 рази), завдяки високому динамізму не лише вийшов на друге місце у світі за загальним рівнем національної економіки та обсягом зовнішньої торгівлі, але й суттєво просунувся вгору у межах зазначеного рейтингу (у 2010 році він зайняв у ньому 83 позицію із 4319 доларами ВВП на душу населення) [1]. Го-

* доктор економічних наук, професор, головний науковий співробітник Інституту світової економіки і міжнародних відносин НАН України

© Будкін В., 2012

ловною причиною пригальмованої динаміки в регіоні СНД є якраз відсутність ефективно функціонуючого бізнес – середовища, яке вони не спромоглися створити під час ринкових перетворень. За ці роки не відбувся перехід від екстенсивного до інтенсивного типу економічного розвитку, не забезпечено подолання переважання в структурі національного господарства важкої, енергоємної індустрії, не забезпечений імператив збалансованості відтворення всередині країни із лише вторинним впливом зовнішніх факторів на основні пропорції у народногосподарських комплексах країн СНД.

Всі ці негативні особливості бізнес – середовища нових незалежних держав (ННД або NIS - Newly Independent States, як їх називають на Заході) були закладені ще напочатку 90 – х років минулого століття, коли Україна та більшість інших країн регіону фактично в основних рисах здублювали російську модель ринкових перетворень за методами А.Чубайса. Внаслідок її здійснення «шокова терапія» в регіоні СНД розтяглася на все десятиліття після відмови від командно – адміністративних методів господарювання (у Росії вона завершилася у 1999 році, в Україні – у 2000 році), тоді як у Центральній Європі шоковий удар (за західою термінологією – «Big bang») закінчився всього за 2 -3 роки. Ваучерна приватизація на відміну, наприклад, від Чехії, мала суто імітаційний характер й не вирішила питання формування широкого прошарку нових господарюючих суб'єктів малого та середнього бізнесу. Натомісць проведені роздержавлення та приватизація призвели до переходу державної власності до купки великих власників, які згодом претворилися в олігархів. Їх власність формувалася на якомусь аналогу наділення феодів у середньовіччі – її об'єкти виділялися «близькому» колу клієнтели керівництва держави або інших адміністративних органів. Внаслідок цього вирішальний вплив на господарський процес здійснюють не об'єктивні економічні закони, а суб'єктивна воля кланових угрупувань, що побудовані на принципах родинно – територіального походження (у «мусульманських» членах СНД) або за приналежністю до близьких до керівництва держави фінансово – олігархічних структур (інші країни регіону).

Крім внутрішніх існувала ціла низка зовнішніх суб'єктивних та об'єктивних впливів, які не сприяли утворенню в цих державах «нормально» працюючого бізнес – середовища. Успіхи становлення сучасного бізнесу в країнах Центральної і Східної Європи (ЦСЄ) [2] були пов'язані із дією ряду додаткових примусових або сприятливих факторів. Укладені напочатку 90 – х років так звані Європейські угоди про асоціацію із наступною гарантьією входження до ЄС поставили ці країни у жорсткі умови виконання програм наближення бізнесової діяльності до параметрів їх майбутнього існування в межах спільного європейського господарського простору. Згідно 6-ої статті зазначених угод були створені спільні з ЄС комісії, які щорічно перевіряли й давали оцінку п'ятирічному «прогресу при введенні ринкового господарства» в державах – асоціантах [3]. Ці країни почали отримувати допомогу із фондів ЄС, користуватися послугами консультантів з проблем сучасної організації бізнесової діяльності. Різко зріс приплив прямих іноземних інвестицій (ПІІ), при цьому не тільки з самого ЄС, але й з великих ТНК, США, Японії, Південної Кореї та інших передових країн світу, які розраховували на майбутню дислокацію своїх філіалів на спільному інтегрованому терені після входження асоціантів до Європейського Союзу.

Нічого такого не було у відносинах країн СНД із західними партнерами. Угоди про партнерство і співробітництво середини 90 – х років (Україна першою серед цих держав отримала таку угоду 16 червня 1994 року, через тиждень після неї цей документ був укладений також Росією) мали рекомендательний характер й не могли викликати посилений інтерес західних інвесторів до всього комплексу галузей їх економіки. Більше

значення для формування бізнес – середовища мали доволі жорсткі приписи міжнародних фінансових організацій (Світового банку, ЄБРР й особливо МВФ), із виконанням яких була пов'язана можливість отримання від них кредитів стабілізаційного характеру. Але країни СНД знайшли спосіб імітувати виконання таких настанов міжнародних кредиторів шляхом прийняття правових актів на вимогу цих організацій, які на практиці виконувалися частково, або зовсім не виконувались. Відносно велика частка іноземних вкладень у реальний сектор існує лише у Казахстану та Азербайджану, зараз швидко зростає у Узбекистану, але всі вони спрямовані лише до видобувної промисловості – розробки нафтових та газових родовищ, видобутку кольорових металів та іншої промислової сировини. Характерен розподіл ПІІ в Україні, яка не має привабливих для іноземного капіталу джерел енергетично – сировинного характеру. За даними 2010 року частка таких інвестицій у добувну промисловість склала всього 1207,7 млн.доларів (2,7% від загальної суми іноземних вкладень до української економіки), у переробну - 12488,1 млн доларів (27,9%, половина з яких припадає на вкладення у точковий об'єкт «Міттал – Криворіжсталь» із другим місцем у внесках до тютюнової і харчової галузей та виробництва напоїв). При цьому 33,7% загальної суми ПІІ приходилося на фінансові установи, 10,7% - на торгівлю та ремонтне обслуговування (в основному імпортованих автомобілей та побутової техніки), 10,6% - на операції із нерухомим майном, оренду тощо. Таким чином основна частина таких інвестицій не була пов'язана із найбільш важливими галузями української промисловості, не могла сприяти підвищенню її технологічного рівня, посилення в ній інноваційних осередків. Внаслідок відсутності привабливих об'єктів та інертного бізнес – середовища Україна має низькі загальний обсяг зарубіжних інвестицій – всього 44780,0 млн. доларів та їх показник на душу населення – 978,5 доларів, що неспівставно з її економічним потенціалом [4].

Важливим негативним фактором, який не лише викривляв формування дійового бізнес - середовища, але й суттєво вплинув на стабільність економіки країн СНД, була нераціональна відкритість їх національних економік. Економічні реформи 90 – х років не забезпечили пріоритет внутрішнього відтворення, що було логічним наслідком передачі власності на великі господарські об'єкти олігархічним структурам. Останні ж об'єктивно не мали змоги знайти споживача для свого масового виробництва на внутрішньому ринку, звуженому в період перманентної економічної кризи початкового етапу ринкових реформ, й тому вже тоді заклали основи для довгострокової орієнтації на експорт своєї продукції. Крім того саме на зовнішньому ринку була сприятлива кон'юнктура для споживання енергетично – сировинної продукції тих країн СНД (Росія, Азербайджан, Казахстан, Туркменистан, а також Узбекистан, який в останні роки почав відкривати свою економіку), які мали для їх виробництва необхідні передумови. Більш складна ситуація у України з її також відкритою економікою, але нажаль лише із можливостями постачати на зовнішній ринок менш зажадані товари металургії та хімії. Й зовсім складна ситуація із «неенергетичними» країнами (Молдова, Таджикистан, Киргизстан, Вірменія, Грузія до її виходу із складу СНД), які внаслідок невеликих обсягів свого економічного комплексу вимушені також орієнтуватися на зовнішній ринок, але не мають для цього мінімально конкурентоздатних товарів. Напроти тому Білорусь, така ж невелика країна, не маюча великих резервів для постачання товарів за межі СНД, «відкрила» свою економіку переважно у російському напрямі, що дозволило їй працювати на великий ринок цієї держави.

При всіх національних особливостях зазначеної «відкритості» головні наслідки функціонування бізнес –моделей в цих країнах мають спільні негативні результати. Вони зводяться до того, що господарський розвиток держави у цьому випадку підкоряється не

забезпеченню всього комплексу власних потреб, а вимогам світового ринку з їх несприятливим впливом на рівень національної економічної безпеки, з прямою залежністю господарської діяльності від зовнішньої кон'юнктури, із загрозливим підкоренням їй показників державного бюджету тощо. Саме це проявилося під час останньої світової кризи з її великим рецесійним падінням попиту на сировинні товари та напівфабрикати. У 2009 році найбільше падіння ВВП було зафіксовано у України (14,8%), за якою йде вкрай нестійка економіка Вірменії (падіння на 14,1%), а далі – російська економіка (зменшення ВВП на 7,8%), яка у передкризовий період оцінювалася як найбільш стабільна серед нових незалежних держав. Багаторічний профіцит державного бюджету Росії у 2009 – 2010 роках змінився його дефіцитом, а його збалансованість у 2011 році знову була заснована не на внутрішніх, а на зовнішньому факторі – післякризовому зростанні цін на енергоносії у світі. [5]

Низька ефективність функціонування бізнес – середовища країн СНД пов'язана із дією ряду внутрішніх факторів, серед яких особливе значення мають наступні.

Господарський мехінізм країн СНД харктеризується практичною відсутністю в цих державах такої могутньої підойми інтенсифікації економіки як всеохоплююча конкуренція – наближені до керівництва різного рівня клани мають можливість й без неї забезпечувати собі виживання завдяки монопольному становищу в господарському організмі країни або її регіону. З іншого боку - весь бізнес у нових незалежних країнах є державно – залежним (великі корпорації) або у більш широкому сенсі – адміністративно – залежним (середній та малий бізнес «кришується» місцевим або регіональним чиновництвом). Яскравим прикладом цього використання адміністративної залежності є витиснення з господарського поля Росії великої корпорації «Юкос» та арешт його глави М.Ходорковського, який на зламі цього століття був одним із ініціаторів утворення так званої групи «семибанкірщини», яка претендувала на керівництво політичном життям країни. Теж саме можна сказати про новітні переслідування подружжя Лужкова – Батуриної, на незаконні оборудки якої керівництво Росії не реагувало до тієї пори, доки колишній мер Москви не почав виступати з критикою перших осіб держави. При менших розмірах бізнесу власники перукарень, сервісних майстерен, торговельних точок тощо також можуть працювати лише в умовах підлеглої лояльності по відношенню до адміністративних органів нижчого рівня.

Додатковим негативним фактором існування бізнес – середовища в цих країнах виступає високий рівень корупції (за даними Transparency International у 2010 році серед 178 держав світу за її рівнем країни СНД займали місце від 107 - го у Казахстані до 144 – го у України та до 174 - го у Узбекистані), яка повністю викривляє господарські процеси у національних економіках [6]. В цьому ж контексті необхідно вказати на високий рівень інфляції, нелінійна, «рвана» динаміка якої не дозволяє бізнесовим структурам формувати навіть середньострокові плани розгортання своєї діяльності в обраних ними напрямах забезпечення потреб внутрішнього ринку. Це вже не та «галопуюча» інфляція. яка існувала в першій половині 90 – х років минулого століття, але все ж таки вона є достатньо високою (в середньому по регіону СНД в останні роки у 8 - 9% при найбільш високих показниках у України – 122,3% у 2008 році та 120% у Киргизстані у 2007 – 2010 роках).[7]

Існуюче бізнес – середовище у нових незалежних державах не дозволяє їм перейти від низько – та середньотехнологічного до високотехнологічного виробництва (за виключенням прямих державних замовлень на озброєння, космічну техніку, авіацію в Росії й частково в Україні).. Цьому заважає масове несприйняття переважною більшістю

господарюючих суб'єктів інновацій, при цьому не лише заснованих на національних більш високих технологіях, але й на перевірених на світовому рівні зразках high – tech та формах інноваційної діяльності (технополіси, венчурні осередки, зони високих технологій тощо). Навіть в Росії з її найбільшими можливостями фінансової та ресурсної підтримки великовартісних інноваційних проектів намагання перейти на загальнодержавну інноваційну модель розвитку не дало вагомих результатів. Такі інноваційні осередки, як «РосНАНО», Об'єднана авіабудівельна корпорація, Об'єднана суднобудівельна корпорація та інші працюють в основному на державне замовлення, в тому числі на ВПК. Складно розвиваються події й навколо намагань створити широко разрекламовану російську «Силиконову долину» у підмосковському місті Сколково, проект якої знаходиться під безпосереднім патронатом нинішнього президента Росії Д.Медведєва. В Україні ж ці намагання від прийняття ще у січні 1998 року Постанови Кабінету міністрів «Про розробку Державного плану науково – технічного розвитку України на 1999 – 2005 роки та визначення інноваційних пріоритетів держави» й до цього часу залишилися на рівні побажань, оформлених різноманітними документами законодавчої та виконавчої влади.

Крім цих головних існує ще багато інших факторів, які суттєво знижують можливості виходу бізнесу країн регіону на передові позиції в світі (відсутність необхідних коштів для масштабної модернізації національних господарств, наявність значного прошарку «тіньової» та «сірої» економіки, зрівнялівка у податковому обкладанні доходів олігархічних структур та невеликого бізнесу, відсутність дійової боротьби проти втечі капіталів закордон тощо).

Як висновок можна констатувати, що за минулі двадцять років країни СНД не спромоглися сформувати національне бізнес – середовище на дійсно ринкових засадах. Як вірно відзначив професор Міжнародної академії сучасних знань (м.Обнінськ, Росія) Петро Ореховський «Численні реформи, що продовжуються, та державні програми є, насправді, імітаційними» [8]. Імітаційний характер соціально – економічних перетворень за минулі двадцять років призвели до існування в цих країнах своєрідного квазі – капіталізму, який ззовні має всі або майже всі ознаки «справжнього» капіталізму, але на практиці суттєво відрізняється від нього. Реальна правова та економічна база господарських процесів в нових незалежних державах не лише далека від еталонних зразків класичної англо – саксонської моделі США та Західної Європи, але й від функціонування господарських механізмів більшості менш економічно розвинутих держав світу. Вирішення цієї складної проблеми існує, насамперед, не в суто економічній, а скоріше у політичній площині – необхідності побудови громадянського суспільства з його адекватністю формальних та реальних правових і економічних інституцій, імперативом пріоритету інтересів не окремих кланів, а суспільства в цілому, можливістю зречення від позаекономічних, суб'єктивних та волюнтаристських впливів на бізнесову діяльність суб'єктів економічної діяльності. Якщо за коротку перспективу ця політична підойма подолання сучасних економічних проблем не буде створена, країни СНД продовжуватимуть втрачати свої світові позиції, вони залишаться у стані патекономіки або економіки із понадвисоким ступенем залежності від зовнішніх впливів.

Чи створює в цих умовах існуюче в країнах СНД бізнес – середовище стабільну та надійну основу для розвитку зовнішньоекономічних зв'язків України з партнерами по СНД? На це питання відповідь може бути лише негативна, принаймні до переходу всіх цих держав на дійсно ринкові засади господарської діяльності. Не випадково частка країн СНД у зовнішній торгівлі України впала з 64,0% у 1994 році до 40,5% у 2010 році [9]. При цьому орієнтація на позарегіональні зв'язки характерна для всіх нових незалежних держав –

лише у Білорусі, Таджикистану та Киргизстану в окремі роки превалював імпорт із інших країн СНД, 8 учасників цієї організації постійно ввозили товари переважно з інших держав світу. Експорт до «далекого зарубіжжя» також є основним напрямом збуту товарів для всіх цих країн (найбільше у Азербайджану, де він перевищує 90% загального вивозу, в Україні ж у 2010 році такий експорт складав 63,6%) [10]. Прийняття у жовтні 2011 року угоди про створення зони вільної торгівлі в СНД лише мінімально посилить взаємні торговельні відносини країн регіону. Частка взаємної торгівлі може значно зрости у Росії, Білорусі та Казахстану, якщо почне реально функціонувати їх Митний союз із наступним просуванням до більш високих ступенів інтеграційного співробітництва. Й навпаки – навіть при суттєвому покращенні бізнес – середовища у партнерів формування такого «інтеграційного ядра» призведе до погіршення умов зовнішньоекономічних відносин його учасників з іншими членами СНД, в тому числі і з Україною.

Література

1. GDP per capita. IMF. World Economic Outlook Database. April 2011.
2. Існуюча назва «країни Центральної та Східної Європи« не відповідає точному окресленню меж регіону, куди входять нові члени ЄС. З географічної точки зору до Східної Європи також відносяться Росія до Уралу, Україна, Білорусь та Молдова, які за загальноприйнятою термінологією не входять до складу ЦСЄ. Більш точним є термін «країни Центральної Європи та Прибалтики».
3. EG - Polen - Ungarn. Dokumentation. Europaverlag. Wien - Zürich, 1993. S.278.
4. Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності у 2010 році. К.: Держкомстат України. Експрес – випуск, №35. 17 лютого 2011 року.
5. Основные социально – экономические показатели государств – участников СНГ за 1992 (1994) – 2010 годы. Минск, Департамент экономического сотрудничества Исполкома СНГ, 2011. С.3.
6. The 2010 Corruption Perception Index. Transparency International, 2010.
7. Основные социально – экономические показатели государств – участников СНГ за 1992 (1994) – 2010 годы. С.9.
8. Ореховский П. Власть и инновации (почему в России не получается построить инновационную экономику). «Общество и экономика», № 8 – 9, 2009. С.119.
9. Основные социально – экономические показатели государств – участников СНГ за 1992 (1994) – 2010 годы. С.12, 16, 22, 26.
10. Зовнішня торгівля України товарами за 2010 рік. К.: Держкомстат України, Експрес – випуск, №25, 15 лютого 2011. С.4

Бузинар Б.,[*] Березніченко Н.,[**] Колодич М.[***]

ЧЛЕНСТВО В СОТ – УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Ключові слова: СОТ, ЗВТ з ЄС, ЗВТ з СНД, МС

З набуттям членства в СОТ (2008 р.), Україна стала об'єктом експансії імпортних товарів, які заполонили внутрішній ринок. Протистояти цій експансії Україна не в змозі в силу низької конкурентоспроможності національних виробників, звуженням і примітивізацією структури економіки в наслідок втрати багатьох науково-виробничих комплексів, в т.ч. унікальних, для яких внутрішній ринок є надто малим за своїм об'єктом, і не здатним поглинати продукцію складних високотехнологічних виробництв. Сьогоднішній владі, яка задекларувала програму імпортозаміщення, об'єктивно буде проблематичним її реалізувати за існуючої вкрай неефективної структури економіки, відсутності достатньої ресурсної бази для її зміни, катастрофічно зношеної виробничої бази економіки тощо. Однією з причин такого стану речей є формована авантюрна політика попередньої влади в процесі підготовки до вступу в СОТ і вступ до цієї організації на надто невигідних для України умовах. Проаналізувавши результати трьох років членства України в СОТ, українські експерти дійшли невтішного висновку про те, що вступ в СОТ з політичних мотивів був вкрай поспішним кроком, « повністю був відсутній економічний прагматизм, з яким подібні рішення приймаються в інших країнах, і в яких СОТ дійсно відіграє роль безумовного інструменту лобізму високотехнічних галузей, які стали основою економічного розвитку цих країн»[1].

З набуттям членства в СОТ в Україну хлинув потік імпортних товарів. Саме під натиском імпорту ВВП України в кризовому 2009 році впав на порядок сильніше, ніж сусідів, в т.ч. по СНД. Від'ємне сальдо торгового балансу країни в 2010р. збільшилось у порівнянні з 2009р. в 1,6 рази і склало 9,3 млрд. доларів, а у першому півріччі 2011р. вже в 2,3 рази перевищує рівень першого півріччя 2010р. (5,5 млрд. доларів) [1].

За оцінками, за перші три роки членства в СОТ найбільше постраждало вітчизняне автомобілебудування. Якщо на момент вступу до СОТ на імпортні автомобілі діяло ввізне мито в розмірі 25%, то після 2008р. воно було знижено до 10% (для порівняння, в Росії цей показник залишається на рівні 30%, а в деяких країнах – членах СОТ – на рівні 50% і вище). Результат: виробництво автомашин в Україні знизилось у 6 разів, а кількість працівників у цій галузі скоротилась з 36 тисяч робочих місць до 18 тисяч.

Сильно постраждав і вітчизняний агрокомплекс. За підрахунками Федерації роботодавців України, тільки в двох галузях сільського господарства – в цукровій і свинарстві – після вступу в СОТ робочі місця втратили біля 500 тис. чоловік. На відміну від країн ЄС, захисні мита на імпорт свинини в Україну виявились нижчими в 5-8 разів. Як наслідок, до нас на ринок потоком пішла свинина: в 2010р. її імпорт зріс в 2,3 рази у порівнянні з 2007р. і склав 178,7 тис. тонн. За сім місяців поточного року до нас ввезено більше 20 тис. тонн сала з Польщі, Німеччини, Нідерландів[1].

[*] кандидат економічних наук, доцент Українського державного університету фінансів і міжнародної торгівлі
[**] кандидат економічних наук, доцент Українського державного університету фінансів і міжнародної торгівлі
[***] магістрант Українського державного університету фінансів і міжнародної торгівлі

© Бузинар Б., Березніченко Н., Колодич М., 2012

Схожа картина складається і в інших галузях сільського господарства, харчової і легкої промисловості. Дивним є те, що в угодах з СОТ Україна зобов'язалася не стимулювати експорт своєї сільгосппродукції компенсаціями – хоча загальновідомо, що країни ЄС і США масово субсидують своїх сільгоспвиробників (на чисельні сільгосптовари до половини їх відпускної ціни - держсубсидії).

Як зазначають представники бізнес-асоціації, проти українського експорту в світі чомусь діють обмеження по 37 товарним групам[1].

Таким чином, сьогодні є очевидним і незаперечним фактом, що вітчизняні товари з їх низькою конкурентоспроможністю не попадають на зовнішні ринки, а на внутрішньому ринку втрачають все більшу його частку поступаючись іноземним товарам. Як результат – збитки, зниження об'ємів виробництва або закриття і втрата десятків тисяч робочих місць.

Схоже на те, що Україну очікує «новий СОТ-2» у зв'язку з форсуванням процесу підписання угоди про зону вільної торгівлі з ЄС. Громадськості не представлена урядова виважена інформація щодо перспектив України, які очікують її в разі підписання цієї угоди. Засобами СМІ не доводяться до широкого загалу і не обговорюються матеріали порівняльного аналізу доцільності вступу України до ЗВТ з ЄС і вступу до Митного союзу з Росією, Білоруссю, Казахстаном, здійсненого на замовлення уряду Мінекономрозвитку [2]. Загальний висновок цього аналізу зводиться до того, що найбільш прийнятним для України з міркувань економічної доцільності є варіант підписання нового Договору про зону вільної торгівлі з СНД (вже підписана 18 жовтня 2011р.), Протоколу про приєднання України до Договору про створення (Євро Аз ЄС) та інтеграції в МС із застереженням про право наступної інтеграції в Євросоюз. Це дозволить Україні отримати гарантії за такими напрямами: зберегти базові галузі реального сектору економіки; розширити коопераційні зв'язки; мати гарантований доступ до критичного імпорту; залучати додаткові інвестиції та інновації в економіку України; отримати на беззворотній основі преференції, які перевищуватимуть 10 млрд. доларів; створити зерновий пул з країнами МС; забезпечити фінансову стабільність країни; зберегти транзитний потенціал; підготуватися до інтеграції з ЄС; ліквідувати структурні диспропорції в економіці; зберегти економічне зростання; створити додаткові робочі місця; підвищити добробут і реальні доходи населення[2].

У випадку вступу до ЗВТ з ЄС нас очікують: двохкратне перевищення темпів зростання імпорту у порівнянні з експортом; посилення конкуренції і подальше витіснення національних виробників з внутрішнього ринку; втрата високотехнологічних базових галузей економіки; втрати, які понесуть окремі галузі промисловості внаслідок низького рівня конкурентоздатності (виробництво машин і устаткування, в т.ч. приладів і апаратів, хімпром, виробництво гумових і пластикових виробів); зниження конкурентоспроможності окремих видів вітчизняної сільгосппродукції на внутрішньому ринку у зв'язку з наявністю потужної системи держпідтримки сільського господарства в ЄС; зростання від'ємного сальдо двосторонньої торгівлі і погіршення структури експорту у зв'язку з переорієнтацією вітчизняних експортерів з готової продукції на експорт сировини і напівфабрикатів; необхідність переоснащувати виробництво, змінювати технології, вести пошук партнерів та інвесторів для його модернізації тощо [2].

Ніхто не заперечує, що теоретично ЗВТ з ЄС – вигідний для нас варіант, але в далекій перспективі і то, за умови, якщо ми виграємо у відкритій конкуренції з європейськими виробниками. А те, як ми вже «виграємо» в них, переконливо демонструє наше членство в СОТ. Тому у нашого народу є єдина надія – на здоровий глузд і прагматизм українських політиків, підприємців, наукової еліти та громадських діячів. Підписання Договору про

приєднання України до зони вільної торгівлі СНД 18 жовтня 2011р., у Санкт-Петербурзі засвідчує, що здоровий глузд і прагматизм стає характерною ознакою дій влади при прийнятті доленосних рішень для України.

Література

1. Лукашин Юрий «Второй раз на те же грабли». – «2000», 07.10.2011р.
2. Мунтиян Валерий «Евроинтеграция: возможны варианты». – «2000», 02.11.2011р.

Буряк Г.*

ІНСТИТУТИ РОЗВИТКУ ВІДНОСИН ВЛАСНОСТІ У КЛАСИФІКАЦІЇ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

Ключові слова: бізнес-середовище, власність, феодалізм, інституційне середовище.

Мета дослідження: розглянути історичні передумови розвитку відносин власності у відмінних інституційних середовищах та виявити критерії для формування класифікації сучасного бізнес-середовища.

Актуальність питання лежить у контексті напрямку формування інституційного середовища міжнародного бізнесу в Україні. Існує ряд протирічь у визначенні єдиної класифікації середовища країн та їх критеріїв, дана робота пропонує розглянути історію відносин власності та їх інституційний вплив на сучасний розвиток бізнес-середовища.

Ступінь розробки питання класифікації бізнес-середовища полягає у діяльності міжнародних організацій, які за власною методологією розраховують різноманітні індекси, на підставі яких формуються рейтинги країн. Так Всесвітній економічний форум щороку випускає «Індекс конкурентоспроможності бізнесу», який іллюструє умови ведення бізнесу у конкретних країнах. Основним продуктом діяльності Всесвітнього економічного форуму є щорічна «Доповідь про глобальну конкурентоспроможність», основною метою якої є зображення основних тенденцій розвитку економічного та бізнес-середовища країн, які, у свою чергу, формують глобальне середовище.

Більш вживаною є класифікація Організації об'єднаних націй, яка для цілей економічного аналізу поділяє країни на: розвинуті країни (держави з ринковою економікою); країни з перехідною економікою (у минулому соціалістичні країни або країни з централізованим плануванням); країни, що розвиваються.

Іншою організацією, яка зайнята у розробці класифікації економічних та бізнес-відносин є Transparency International - міжнародна недержавна організація з боротьби з корупцією та дослідженню питань корупції у світі. Експерти організації припустили, що корупція розвивається по різному та має різні причини і наслідки в залежності від економічного розвитку країни.

Основні положення: бізнес-середовищем прийнято називати сукупність всіх зовнішніх факторів діяльності фірми, які суттґво впливають на її функціонування. Це включає в себе споживачів продукції, постачальників, конкурентів, урядове регулювання економічних відносин, а також соціальні, політичні, технологічні, правові та екологічні умови. Оскільки умови ведення бізнесу суттєво різняться в залежності від середовища, а різноманітних поєднань зазначених факторів може бути безліч, існує потреба у класифікації.

Як правило, сучасна класифікація бізнес-середовища базується на наступних критеріях:

* кандидат економічних наук, асистент кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

© Буряк Г., 2012

1. лібералізація економічного середовища - наскільки значна роль державного регулювання у системі економічних відносин;

2. приватизація - більш складний показник, який включає в себе долю державних видатків у структурі ВВП країни через державне управління капіталом;

3. глобалізація - наскільки бізнес-середовище країни тісно інтегроване у систему світового господарства.

Очевидно, що дані критерії на поверхневому рівні моделюють середовище, зосереджуючись винятково на загальноприйнятих засадах. Водночас, коли класифікація не дає розуміння схожості певних типів бізнес-середовища, відповідь пояснюється культурною та історичною спадщиною, які формують інституційне середовище країни.

Одним із принципових факторів, які характеризують сучасні економічні системи є відносини власності. Прийнято вважати, що капіталістична система історично еволюціонувала з феодального суспільного ладу, проте саме визначення феодалізму може трактуватись неоднозначно. Історик-сходознавець Л. Васильєв відзначає відмінності у феодалізмі європейського - західного типу, та східного. Адже феодал у загальноприйнятому розумінні є землевласником і саме інтереси землевласників представляли королі феодальної Європи. З іншого боку, східна традиція організації державного врядування, яка іменувалась феодалізмом у період середньовіччя, суттєво відрізнялась від західної. Адже феодалами східних володарів можна було називати умовно, оскільки земля знаходилась здебільшого у державній власності і регіональні управителі представляли інтереси держави, розпоряджуючись ресурсами від імені країни. На тлі цієї різниці формується принципово інший тип інституційного середовища із відмінним сприйняттям відносин власності у порівнянні із загально прийнятими відносинами капіталістичного типу.

Історична відмінність у розвитку відносин власності формує різни типи сприйняття держави з боку економічних агентів, так можна пояснювати ствердження про більш агресивне та інтенсивне конкурентне середовище у країнах заходу та помірність і цілісність розвитку країн східного типу. Та, в першу чергу, варто зосередитись на сприйнятті державних службовців - персон, які уособлюють функції держави у своїй діяльності: так інституційне середовище заходу вбачає у державному службовці функції ефективного менеджера, який має за мету найбільш продуктивне використання існуючого ресурсу. Напроти, країни східного типу, в яких ще не відбулися процеси приватизації та у яких частка державної власності залишається високою, представляють нам державних службовців власниками, розпорядниками державною власністю. Відповідно, мотивація виконання своїх обов'язків державними службовцями носить різний характер, чому соціальна відповідальність стоїть на першому місці у країнах західного типу, але у країнах східного типу державна служба заохочує амбітних підприємців, які бажають швидко отримати у роспорядження активи держави та скористатися обмеженністю цих ресурсів на власну користь. Саме у цих особливостях часто виявляється справжня природа корупції у країнах з перехідною економікою - викривлене бачення власності.

Оскільки розбудова комунікацій приватних да державних агентів у значній мірі формулює середовище економічної активності, то саме інституційна спадщина у цій системі відносин є ключовим параметром у визначенні типології класифікації бізнес-середовища.

Висновки. Сучасна класифікація бізнес-середовища зосереджується на очевидних обмеженнях, які відповідають критеріям, притаманним розвиненому ринковому середовищу. В той же час необхідно зволікати на суттєві відмінності у розумінні категорії власності, особливо, що стосується державного сектору. Країни з розвинутим розумінням власності у трактуванні ринкових відносин є більш конгруентними із очікуваними критеріями су-

часної системи світового господарства у методологічному розумінні міжнародних організацій, в той же час, інституційна спадщина домінування державної власності над приватною формує сьогодні бізнес-середовище відмінного типу з притаманними йому бізнес-процесами.

Гальперіна Л.*

АДАПТАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ ДО СВІТОГОСПОДАРСЬКИХ РИЗИКІВ

Розглянуто адаптаційний потенціал соціально-економічного розвитку країни до світогосподарських ризиків в глобальному конкурентному середовищі. Запропоновано застосовувати для характеристики адаптаційного потенціалу країни індекс економічної потужності, який дозволяє відобразити одночасно рівень добробуту населення країни, що у загальному випадку визначається нормалізованим значенням ВВП на душу населення за парітетом купівельної спроможності (ПКС), та економічний вплив на світові економічні процеси країни залежно від рівня ВВП від світового ВВП.

Ключові слова: адаптаційний потенціал соціально-економічного розвитку країни, індекс економічної потужності.

We consider the adaptation potential of socio-economic development to global risks in the global competitive environment. A usefor measuring adaptive potential index of economic power, which enables you to display simultaneously the level of welfare of the population that generally is determined normalized to GDP per capita paritetom purchasing power (PPP), and economic impact on global economic processes of the country depending on the level GDP of world GDP.

Key words: adaptive potential socio-economic development index of economic strength.

Актуальність дослідження. Ознакою сучасного етапу глобалізації є загострення міжнародної конкуренції в умовах швидкоплинних змін конкурентного середовища. Оскільки конкурентоспроможність виступає своєрідним механізмом вимірювання ефективності використання суспільних ресурсів і свідчить про здатність країни до динамічного пристосування до змін в геоекономічному просторі. В цьому контексті конкурентоспроможність відкритої економіки не можна розглядати відірвано від адаптаційного потенціалу соціально-економічного розвитку країни до глобальних ризиків. Взаємозалежність національних економік в умовах глобалізації призводить до зростання вразливості окремої країни перед глобальними ризиками, тому дослідження адаптаційного потенціалу країни в сучасних умовах, його ефективне використання та розвиток є одним із актуальних напрямів економічної думки.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблематика аналізу та прогнозування негативного впливу трансформації міжнародних економічних відносин на національну економіку розглядалась в працях вітчизняних (В. Андрійчука, І. Бураковського, В. Гейця, С. Кірєєва, М. Клапківа, Л. Кістерського, Д. Лук'яненка, В. Молостовцевої, В. Новицького, Ю. Пахо-

* кандидат економічних наук, доцент, старший науковий співробітник Інституту світової економіки і міжнародних відносин НАН України

© Гальперіна Л., 2012

мова, В. Сіденка, С. Сіденко, О. Сохацької, А.Старостіної та інших) та зарубіжних вчених (М.Арнольда, П. Кругмана, А.Креймера, М. Портера, Дж.Сакса, Дж. Стігліця та інших).

Виявлення невирішених проблем. Процес адаптації здебільшого розуміють як можливості своєчасно застосувати регулятивні заходи, пов'язані з реагуванням уряду країни на зовнішньоекономічні обставини або внутрішньоекономічну ситуацію, що відрізняється від попередніх соціально-економічних умов. При такому підході поза увагою вчених залишається такий чинник як адаптаційний потенціал, відсутність якого може зробити заходи, що спрямовані на оптимізацію соціально-економічної складової життя суспільства неефективними. Слід відзначити також відсутність чітких критеріїв, за якими можна було б оцінити рівень адаптаційного потенціалу, а відтак і розробити ефективну систему соціально-економічного розвитку країни.

Основна мета та завдання статті. Основною метою є розгляд адаптаційного потенціалу соціально-економічного розвитку країни до світогосподарських ризиків в глобальному конкурентному середовищі. Запропоновано застосовувати для характеристики адаптаційного потенціалу країни до світогосподарських ризиків індекс економічної потужності, який дозволяє відобразити одночасно рівень добробуту населення країни, що у загальному випадку визначається нормалізованим значенням ВВП на душу населення за парітетом купівельної спроможності (ПКС) та економічний вплив на світові економічні процеси країни залежно від рівня ВВП від світового ВВП.

Виклад основного матеріалу. Нестабільність розвитку глобалізованої світогосподарської системи обумовила зростання ролі держави у підвищенні міжнародної економічної конкурентоспроможності. При цьому неоднакова стійкість країн і регіонів до флуктуацій кон'юнктурних параметрів на світових ринках товарів та послуг, зміна глобального конкурентного середовища під впливом дії глобальної структурної модернізації портребує дослідження адаптаційного потенціалу економіки окремої країни.

Конкурентоспроможність, за висловом Дж.Сакса, є передумовою та інструментом сталого економічного розвитку [1]. Разом з тим, конкурентоспроможність розглядається в якості середовища, що відзначається найефективнішою структурою, інституціями та політикою, що забезпечує нації необхідні можливості для конкуренції. Передумовою високої міжнародної конкурентоспроможності є якість інституцій, інноваційність, розвинута інфраструктура, високі макроекономічні показники, висококваліфікована робоча сила, потужний науковий потенціал, ефективна ринкова економіка, технологічна готовність, якісне ведення бізнесу тощо. Адаптаційний потенціал соціально-економічного розвитку країни має кількісні та якісні аспекти вимірювання та певні спільні риси для країн. «Можна припустити, що нинішня системна криза вводить нас в нову більш-менш тривалу історичну смугу загальної глобальної нестійкості» [2]. Такими групами обрано неформальні об’єднання Велика сімка (G7), Група вісьми (G8) та Група 20 (G20), країни яких мають найбільшу питому вагу у світовому ВВП та вплив на світову економічну архітектоніку завдяки реалізації цілеспрямованих економічних стратегій досягли покращення міжнародної конкурентоспроможності. Світова економіка зазнала у 2008-2009 рр. кризи, яка за наслідками і потужностяими сягала рівня Великої депресії 30-х рр. ХХ ст., і відтоді перебуває у невизначеному стані відносно засобів економічної політики. Маємо приклади країн, що досягають високих значень рівня ВВП на душу населення за ПКС (Тайвань, Саудівська Аравія, Гон-Конг, Сінгапур), однак не мають співставних з країнами лідерами значень рівня ВВП від світового ВВП. Натомість КНР, Індія, Бразилія, Мексика, Туреччина мають значну частку від світового ВВП однак не можуть досягти високих значень у ВВП на душу населення. Нариклад, питома вага ВВП КНР у 2008 р. від світового

ВВП сягала 11, 35%, а у 2010 р. вже 12,73%, онак значення ВВП на душу населення у 2008 р. 5970,29 дол. за ПКС, у 2010 р. – 7210,39 дол. за ПКС, у 2010 р. (див. табл. 1). Питома вага ВВП Індії від світового у 2008 р. 4,75%, у 2010 р. – 5,09%, однак ВВП на душу населення у 2008 р. – 2779,9 дол за ПКС, а у 2010 р. 3124,76 дол. за ПКС.

Одним із основних показників, які використовують для визначення рейтингу країн за якістю життя населення є Індекс розвитку людського потенціалу (ІРЛП, англ. Human Development Index, HDI) за методикою Десаї-Сена. Цей комплексний індекс з 1993 р. ООН використовує з виокремленням таких груп: дуже високий ІРЛП, високий ІРЛП, середній ІРЛП, низький ІРЛП. У 2010 р. Усереднене значення для 169 країн світу було 0,624, дуже високий ІРЛП у середньому по групі був 0,878, високий ІРЛП - 0,717, середній ІРЛП - 0,592, низький ІРЛП - 0,393. Серед групи розвинутих країн країни ОЕСР мали 0,879, не ОЕСР – 0,844. У той час як найменш розвитнуті країни (НРК) мали показник 0,386 [3]. У структурі загального глобального прогресу, спостерігаються суттєві відмінності між країнами – як свідчать показники ІРЛП у динаміці багато країн поліпшили розвиток соціально-трудового потенціалу, при цьому моделі досягнення сильно розрізняються. Багато НРК досягли відносного успіху, що показує аналіз довгострокового розвитку тенденцій ІРЛП в 2010 р.

Україна у 2010 р. займала з 169 досліджуваних країн 69 місце за ІРЛП і перебувала у групі з високим рівнем ІРЛП (за даними [5]). Однак аналіз показників за останні 40 років свідчить про негативні тенденції у розвитку людського розвитку, що визначає врешті розвиток соціально-тредового потенціалу України. Так, Україна потрапила до групи країн, у яких через вплив СНІДу, конфліктів, економічних потрясінь та інших факторів очікувана тривалість життя фактично знизилася. Це три країни колишнього Радянського Союзу: Білорусь, Україна та Росія і шість в Африці на південь від Сахари: Демократична Республіка Конго, Лесото, Південна Африка, Свазіленд, Замбія і Зімбабве.

У табл.1 представлено ранжування країн за такими показниками ВВП на душу населення за ПКС, Частка ВВП країни від ВВП світу, Індекс економічної потужності, ІРЛП. Як видно з табл. перші місця за всіма показниками займає США.

Таблиця 1
Ранжування країн G20 за показниками (2008 р.)

№ з/п	ВВП на душу населення за ПКС		Частка ВВП країни від ВВП світу		Індекс економічної потужності		ІРЛП (рейтинг)	
	Країна за рангом	*Долл за ПКС*	*Країна за рангом*	*%*	*Країна за рангом*	*Індекс*	*Країна за рангом*	*Індекс*
1.	США	47439,9	ЄС-27	22,043	США	977831,8	Австралія	0,933
2.	Канада	39098	США	20,612	ЄС-27	336438,3	США	0,9
3.	Австралія	36918,06	КНР	11,352	Японія	216566,7	Канада	0,886
4.	Великобританія	36357,79	Японія	6,348	Німеччина	116926,6	Німеччина	0,885
5.	Німеччина	35539,13	Індія	4,752	Великобританія	149548,7	Японія	0,881
6.	Франція	34205,45	Німеччина	4,208	Франція	104873,9	Південна Корея	0,87
7.	Японія	34115,73	РФ	3,284	Італія	80467,31	Франція	0,867
8.	Італія	30630,88	Великобританія	3,216	Канада	73504,25	ЄС	0,86826
9.	Республіка Корея	27691,94	Франція	3,066	КНР	67774,71	Італія	0,85
10.	Саудівська Аравія	23813,91	Бразилія	2,845	РФ	52373,04	Великобританія	0,847
11.	РФ	15947,94	Італія	2,627	Австралія	42455,76	Аргентина	0,769

№ з/п	ВВП на душу населення за ПКС		Частка ВВП країни від ВВП світу		Індекс економічної потужності		ІРЛП (рейтинг)	
	Країна за рангом	*Долл за ПКС*	*Країна за рангом*	*%*	*Країна за рангом*	*Індекс*	*Країна за рангом*	*Індекс*
12.	ЄС-27	15262,82	Мексика	2,229	Республіка Корея	50980,87	Саудівська Аравія	0,746
13	Мексика	14534,06	Канада	1,88	Мексика	32396,42	Мексика	0,745
14.	Аргентина	14408,32	Республіка Корея	1,841	Бразилія	29775,2	Росія	0,715
15.	Туреччина	13138,56	Туреччина	1,343	Саудівська Аравія	20527,59	Бразилія	0,69
16.	Бразилія	10465,8	Індонезія	1,308	Туреччина	17645,08	Туреччина	0,674
17.	ПАР	10135,97	Австралія	1,15	Індія	13210,13	КНР	0,648
18.	КНР	5970,288	Саудівська Аравія	0,862	Аргентина	11829,23	ПАР	0,592
19.	Індонезія	3979,995	Аргентина	0,821	ПАР	7226,948	Індонезія	0,588
20.	Індія	2779,91	ПАР	0,713	Індонезія	5205,833	Індія	0,506

Джерело: розраховано автором за даними МВФ [4], ПРООН [5]

Аналіз стану і особливості впливу факторів на розвиток адаптаційного потенціалу України в глобальному середовищі, дозволяє зробити висновок, про певні успіхи. Якщо розглядати основні фактори, в контексті виявлення домінуючого впливу формування механізму адаптаційного потенціалу соціально-економічного розвитку України, то визначальною особливістю є низька ефективність заходів щодо формування сприятливого інноваційного клімату у зв'язку з нестабільністю політичної влади та високим рівнем корупції, що зумовлює втрату довіри суспільства до влади, а також відсутність в Україні стабільної стратегії і відповідного національного плану стимулювання інноваційного розвитку, гуманізації та соціалізації економіки.

Національна Доповідь про людський розвиток 2011 року «Україна: на шляху до соціального залучення» висвітлює питання людського розвитку в Україні в контексті концепцій соціального залучення та соціального відторгнення. З використанням широкого кола аналітичних, статистичних та інформаційних матеріалів у Доповіді викладено основні проблеми на шляху соціального залучення людей в Україні та запропоновано рекомендації щодо оптимальних шляхів розв’язання цих проблем. Директор Представництва ПРООН в Україні Р.Рігер зазначила: «Доповідь про людський розвиток приділяє однакову увагу рівню доступу до шкільної освіти, тривалості життя та здоров’ю людей. Важливим є не тільки те, скільки доходів отримує країна, а і як в ній живуть люди. Економічне зростання важливе, але надання кожній людині можливості для більш тривалого, якісного, здорового та продуктивного життя – набагато важливіше» [6].

Питома вага ВВП країн Великої сімки від світового ВВП неухильно скорочується (табл. 2).

Таблиця 2.

Питома вага країни Великої сімки від світового ВВП (1995 р., 2000 р., 2005-2010 рр.), %

Країна	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Канада	2,069	2,118	2,015	1,978	1,938	1,88	1,845	1,83
Франція	3,814	3,661	3,328	3,239	3,155	3,066	2,986	2,92
Німеччина	5,611	5,168	4,477	4,391	4,292	4,208	4,086	3,96
Італія	3,627	3,331	2,908	2,82	2,728	2,627	2,555	2,46
Японія	8,73	7,663	6,898	6,729	6,55	6,348	6,2	6,04
Англія	3,651	3,614	3,438	3,368	3,308	3,216	3,107	3,03
США	22,968	23,467	22,126	21,659	21,071	20,612	20,022	19,6

Джерело: МВФ [4].

У той час як ВВП на душу населення в цих країнах зростає (табл.3).

Таблиця 3.
Динаміка ВВП країни Великої сімки на душу населення (1995 р., 2000 р., 2005-2010 рр.), у дол. за ПКС

Країна	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Канада	22798,969	28978,676	35150,176	36954,813	38561,036	39098,003	38290,312	39291,43
Франція	21256,25	25997,743	30545,99	32091,018	33563,427	34205,454	33744,452	34392,07
Німеччина	22111,005	26343,035	30472,528	32512,951	34326,018	35539,132	34219,024	34901,42
Італія	20571,659	24489,152	28129,605	29455,419	30540,224	30630,876	29289,783	29597,41
Японія	22464,473	25333,593	30315,329	31942,638	33622,318	34115,733	32817,226	33910,33
Англія	20288,612	25736,61	32083,715	33877,577	35512,012	36357,789	35164,976	35901,65
США	27826,601	35252,489	42708,166	44857,416	46673,953	47439,926	46442,644	47400,35

Джерело: МВФ [4].

На нашу думку синтетичним показником, який відображає адаптаційний потенціал соціально-економічного розвитку країни в глобальному конкурентному середовищі є індекс економічної потужності (Index Power). Запропонований індекс дозволяє відобразити одночасно рівень добробуту населення країни, що у загальному випадку за методикою, що прийнята ПРООН визначається нормалізованим значенням ВВП на душу населення за парітетом купівельної спроможності (ПКС), та економічний вплив на світові економічні процеси. Так, неформальне об'єднання країн Великої сімки, до якого входять країни із найбільшим рівнем ВВП від світового ВВП, є найвпливовішим у перебігу світових економічних процесів.

Індекс Index Power – це безрозмірний показник, який розраховано за формулою (1):

Index Power = частка ВВП країни від світового ВВП * Нормалізоване значення ВВП на душу населення за ПКС, (1)

де частка ВВП країни від світового = (ВВП країни / ВВП світу)*100% – розраховано за даними МВФ [4];

нормалізоване значення ВВП на душу населення за парітетом купівельної спроможності (ПКС) – розраховано за даними МВФ [4]).

Нормалізоване значення ВВП на душу населення =

$$\frac{Log(\text{ВВП на душу населення країни за розглядаємий рік}) - Log(\text{Мінімального значення ВВП за розглядаємий рік})}{Log(\text{Максимального значення ВВП за розглядаємий рік}) - Log(\text{Мінімального значення ВВП за розглядаємий рік})}$$

(Джерело данних World Economic Outlook Database, April 2011 http://www.imf.org).

№	країна	Індекс економічної потужності
1.	США	0,18446
2.	Німеччина	0,0354539
3.	Великобританія	0,02691
4.	Франція	0,02559
5.	Російська Федерація	0,0229545
6.	Італія	0,02124
7.	Іспанія	0,0164207
8.	Канада	0,01605
9.	Україна	0,0027299
10.	Японія	0,0521

Джерело: власні розрахунки.

Негативні тенденції розвитку адаптаційного потенціалу населення України пов'язані із проблемою відторгнення. Регіональна Доповідь про людський висвітлює питання соціального залучення як для всього регіону Європи і СНД, так і у розрізі шести обраних країн регіону (Казахстан, Македонія, Молдова, Сербія, Таджикистан та Україна). Дана Доповідь надає єдину концептуальну основу соціального залучення та людського розвитку. Досягнення людського розвитку розглядається як кінцева мета, а соціальне залучення – як засіб досягнення цієї мети. У ній запропоновано новий показник – Індекс багатовимірного соціального відторгнення, – який є має експериментальний характер і може бути адаптований до конкретних умов країни. Цей індекс розраховується за 24 індикаторами, що стосуються депривацій людей у трьох сферах – економічне відторгнення, відторгнення від соціальних послуг та відторгнення від громадського життя (соціальних мереж). Запропоновані індикатори є не просто фіксованим переліком, а відправною точкою національних дискурсів щодо вимірювання соціального відторгнення, причому відповідні показники мають бути визначені на національному рівні.

Висновки за результатами дослідження. Адаптаційний потенціал соціально-економічного розвитку країни запропоновано оцінювати окрім відомих індексів запропонований (індекс економічної потужності), який представлено у двох вимірах. Проведені дослідження показують, що використання наведених індексів дозволяє більш повно оцінити місце та роль країни у системі світового економічного порядку.

Література

1. Sachs J. Press Releses / J.Sachs. – WEF, 1999, - http://www.imd.org; World Competitiveness Yearbook. – IMD, 1999. [Електронний ресурс] . – Режим доступу: http://www.imd.org
2. Сиденко В.Р. Международные экономические аспекты глобального кризиса / В.Р.Сиденко // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць. Випуск 87. Частина I (у двох частинах). К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка Інститут міжнародних відносин, 2009. – С.48.
3. Індикатори розвитку людини [Електронний ресурс] – Режим доступу : hdr.undp.org/en/data/trends/
4. Сайт Міжнародного Валютного Фонду. [Електронний ресурс] – Режим доступу :World Economic Outlook Database, April 2011 http://www.imf.org
5. Сайт Програми розвитку ООН в Україні (ПРООН) [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.undp.org.ua/ua/about-undp -
6. Доповідь ООН про розвиток людини [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://hdr.undp.org/
7. Регіональна Доповідь про людський розвиток 2011 «Від трансформації – до суспільства для всіх». [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://undp.org.ua

Голубій І.*

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ МАКРОЕКОНОМІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ ЗВ'ЯЗКІВ В УКРАЇНІ

Історично не існує такого господарства, яке розвивалося б поза якої-небудь дії з боку держави, проте умови і характер цієї дії, як в історичні епохи, так і в окремих країнах мають глибокі відмінності. Дія держави на господарське життя в умовах ринкової економіки обмежується відносно вузькими сферами і, як правило, має непрямий характер. Держава впливає на економіку через митну і тарифну політику, через законодавство про підприємницькі союзи і т.д. Системою таких заходів держава прагне поставити обмеження або, навпаки, сприяє розвитку тих або інших галузей господарства, тих або інших форм його організації і т.д. Держава враховує існуючі умови і, пристосовуючись до цих умов, автономно керує своїми господарюючими суб'єктами.

Роль плану в умовах вільної ринкової економіки можна визначити декількома завданнями.

Перше завдання плану полягає в тому, щоб показати основні напрями економічної політики уряду на довгостроковий період з тим, щоб створити основу, на яку спиратимуться інші державні структури при плануванні своїх дій і гарантувати послідовність цієї політики. Наприклад, майже у всіх програмах соціально-економічного розвитку країни визначається необхідність зростання експорту. Проте реального плану дій в державі не існує, не існує і чіткого фінансового механізму державного регулювання в цій сфері. Очевидно, виявляється необхідним використовувати досвід 5-річного планування за кожним масштабним зовнішньоекономічним проектом, наприклад створення транспортних коридорів, поліпшення інфраструктури транспортних перевезень зовнішньоторговельних вантажів, розвитку іноземного туризму і ін. Якщо ці плани створюватимуться незалежно, ґрунтуючись тільки на потребах кожної окремої галузі, виникає багато проблем, наприклад, нераціональний розподіл ресурсів, підвищення або зниження активності в економічному житті, дисбаланс витрат і прибутків для суспільства в цілому і т.д. Тому державний економічний план дає тверду основу для всіх інших планів.

Друге завдання - це аналіз проблем економіки і формулювання стратегії для їх подолання. Як приклад можна привести проблему стимулювання експортного потенціалу за рахунок підвищення конкурентоспроможності, державного регулювання зовнішньоторговельних зв'язків і ін. Наприклад, досвід здійснення державного регулювання постачання палива в квітні-травні 2005 р. показав його повну недієздатність через відсутність відповідної інфраструктури в руках уряду, а саме наявність державної компанії по постачанню паливно-енергетичних ресурсів, мережі заправних станцій, що знаходяться під державним контролем, нафтопереробних заводів, державних запасів і ін. Надалі уряд в Україні повинен передбачати свої проблеми, наперед формулювати заходи по їх подоланню.

---

* кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

© Голубій І., 2012

Третє завдання плану - це дати орієнтири приватному сектору, виробникам і споживачам, представивши їм процес розвитку української економіки в цілому і місця в цьому процесі зовнішньоторговельних зв'язків. Доводиться констатувати, що на рубежі 90-х - початку 2000-х рр. в Україні була відсутня чітка концепція розуміння розвитку інтеграційних процесів. Ідеї біполярності, пріоритету інтеграції в ЄС або в рамках ЄЕП не мали під собою ніякого економічного обґрунтування і базувалися в основному на однобоких загальнотеоретичних концепціях такої інтеграції. На наш погляд, в цей період в науковому плані не ставився навіть розгляд створення інтеграційних об'єднань, наприклад в рамках ЄЕП, не створюючи подальших проблем в інтеграції з ЄС. Причому, в першому випадку мова йде про розширення концепції інтеграції запропонованої Я.Виннером [1] і створення оптимального митного режиму в рамках митного союзу, запропонованого П.Кругманом [2] .

Коли приватні підприємства планують свої довгострокові інвестиції, вони повинні уявляти собі основні напрями діловій активності в економіці країни. У таких випадках план може вказати ці напрями і допомогти уникнути плутанини і виникнення кризових ситуацій. Цю функцію плану в умовах ринкової економіки іноді називають узагальненим дослідженням ринку. План призначений давати інформацію про проблеми, що стоять перед економікою. У цьому полягає учбова роль плану. Уряд несе відповідальність за виконання запланованих зобов'язань по фінансуванню, але не відповідає за поведінку приватного сектора. Уряд вносить свій внесок у виконання запланованих приватним сектором цілей частково шляхом підготовки основних орієнтирів.

Четверта роль плану полягає в координуванні інтересів різних соціальних і підприємницьких груп. Прикладом цього можна назвати розміщення інвестицій в галузі, що дозволяють нарощувати експорт.

Тому безперечним є два моменти: по-перше сама планова робота вимагає планового впорядковування і, по-друге, господарські плани майбутнього розвитку мають безпосередній зв'язок з прогнозуванням економічної кон'юнктури.

Н.Д.Кондратьев безвідносно характеру суспільно-економічних систем виділяв три логічно основні і необхідні елементи побудови плану. Перший - побудова перспектив. Другий - аналіз об'єктивної господарської дійсності і тенденцій її стихійного розвитку. Третій - побудова системи заходів і засобів дії держави на хід цього стихійного розвитку в цілях спрямування його максимально бажаним руслом. Побудова тих або інших реальних перспектив може бути здійснена лише у випадку, якщо на основі вивчення об'єктивного положення економіки і тенденцій її розвитку буде встановлено, які завдання можуть бути реалізовані протягом відрізка часу, що цікавить [3].

Цілком очевидно, що перспективи розвитку зовнішньоторговельних зв'язків можуть виявитися реальними лише в тому випадку, якщо перспективи розвитку промисловості будуть побудовані з урахуванням об'єктивної дійсності, якщо вони будуть побудовані з урахуванням тенденцій світового ринку, можливостей доступу до необхідних факторів виробництва, оборотних коштів, технічного устаткуванням і т.д.

Якщо звернемо увагу на суть виділених трьох елементів плану, то легко переконаємося в тому, що побудова кожного з них має щонайтісніший зв'язок з проблемою прогнозування ходу соціально-економічних явищ дійсності.

При складанні плану, якщо будуються перспективи на майбутнє і якщо ці перспективи обґрунтовуються через призму дійсності, то при аналізі існуючого економічного стану не можна обмежитися тільки вивченням минулого. Щоб зробити певні висновки відносно перспектив з аналізу положення, що склалося, очевидно, повинні бути зроблені висновки про вірогідні тенденції майбутнього економічного розвитку. Повинен бути визначений

напрям розвитку, до яких результатів він може привести сам по собі стихійно, поза свідомою дією на господарську дійсність. І якщо в планах не усвідомлюється зовсім або не усвідомлюється достатньо виразно, що на основі аналізу дійсності необхідно прийти до передбачення вірогідного ходу майбутнього розвитку, то логічно це означає, що в таких випадках перспективи, що висуваються такими планами будуються без достатніх об'єктивних підстав, в цих планах перспективи недостатньо узгоджені з можливостями їх здійснення, оскільки здійснення визначається тенденціями стихійного ходу дійсності. І якщо перспективи ці в таких умовах все ж виявляться такими, що іноді відповідають ходу дійсності, то вони можуть виявитися такими не завдяки їх обґрунтуванню, а хіба тільки завдяки щасливому випадку, на який, звичайно, не можна орієнтуватися.

Перспективи плану обґрунтовуються не тільки на основі аналізу стихійного ходу господарської дійсності, а і на основі з'ясування тієї системи засобів і заходів дії на цей хід, за допомогою якої можна в максимальному ступені направляти його бажаним руслом. Це передбачає не тільки з'ясування засобів дії на хід господарського розвитку в даний час у момент побудови плану, але і які засоби будуть в розпорядженні впродовж часу, що цікавить і на який будується план. Разом з тим воно передбачає з'ясування ефекту, який дадуть передбачувані заходи в сенсі їх впливу на хід дійсності в майбутньому. Абсолютно ясно, що, якщо не можна передбачати, які засоби дії є в наявності протягом відрізка майбутнього, що цікавить, якщо не можна передбачати, який ефект справить запланована дія на дійсність, то не можна сказати, наскільки можна видозмінити напрям розвитку дійсності в бажаному сенсі, не можна обґрунтувати і перспектив плану.

Таким чином, обґрунтування перспектив може бути знайдене на шляху аналізу дійсності і доступних засобів дії на неї. Причому тут передбачається не тільки аналіз минулого і сучасного господарського положення, але і вирішення проблеми прогнозування як відносно вірогідного ходу стихійного розвитку господарства, так і відносно ефекту свідомої дії на нього. Тільки при вирішенні цієї проблеми можна вважати перспективи плану обгрунтованими [4].

Таким чином можна твердо сказати: план - не тільки передбачення: він одночасно і програма дій; але план без жодного передбачення - ніщо. План, що має вищезгадані характеристики, повинен мати визначальне значення.

Одночасно план повинен враховувати можливі зміни в ринковій кон'юнктурі, він не може бути застиглим, а тому може переглядатися. Проте такий перегляд плану може бути виправданий тільки трьома причинами.

Перша причина обумовлюється тим, що в умовах дії ринкового механізму план не може безпосередньо контролювати приватний сектор і приватний сектор не має ніяких зобов'язань за планом, ділова активність часто випереджає державне планування. Не можна заперечувати, що існує тенденція недооцінки приватних інвестицій. Результатом цього є вищезгадане відхилення реальних напрямів ділової активності від запланованих, що викликає необхідність перегляду плану. Особливо часто це зустрічається в період швидкого економічного розвитку.

Другою причиною перегляду плану були розбіжності між прогнозами особливо економічних умов в світі і реальними національними досягненнями.

Третя причина - це зміна правлячого кабінету. План в умовах України є більше виразом основних напрямів політики, чим детальна програма дій, тому зміна політичної філософії кабінету (або зміна прем'єр-міністра), як правило, спричиняє за собою перегляд плану. Однією з особливостей економічного плану в Україні є його пасивний характер, мається на увазі визначення основних концептуальних напрямів розвитку країни. Мініс-

терство економічного розвитку і торгівлі за завданням Кабінету міністрів розробляє в основному прогнозні оцінки розвитку країни.

Положення в цій сфері повинне корінним чином змінюватися, планування повинне носити активний характер. Прем'єр-міністр повинен звертатися в Міністерство економічного розвитку і торгівлі з вказівкою головних завдань плану, а міністерство економіки визначає порядок складання плану і через дискусії повинно представляти проект плану Кабінету міністрів.

Для того, щоб план працював ефективно, необхідне досягнення консенсусу не тільки серед членів Кабінету, але і серед різних урядових, бізнес структур і соціальних груп. Цей консенсус досягається на етапі складання проекту шляхом координування роботи з різними бізнес структурами і соціальними групами. Координування економічного планування повинне включати декілька етапів.

1. Координування з політичними партіями. План повинен грати роль визначення політичної філософії уряду, план повинен відповідати політиці правлячої в даний час партії. Процес планування починається з визначення основних цілей плану. Міністерство економічного розвитку і торгівлі готує проект плану, проводить консультації із залученими в цей процес державними і бізнес структурами, враховує їх коментарі при складанні остаточного варіанту проекту.

2. Координування з різними урядовими структурами. В процесі складання проекту плану, в обов'язковому порядку повинні проводиться наради міністерств, і їх розглядають як дуже важливу частину роботи при вироблення конкретних економічних напрямів розвитку. Для того, щоб проект плану був прийнятий як урядовий план, необхідна одностайна згода всього кабінету. Спільна робота з іншими міністерствами необхідна також з технічної точки зору. Необхідно мати в своєму розпорядженні знання або матеріали в якійсь конкретній області і в цьому аспекті конкретні міністерства мають перевагу. Формально координація роботи повинна відбуватися на нарадах міжвідомчої групи міністерств і відомств. Вона ж повинна збирати коментарі і незгоди інших міністерств, обговорювати і вносити їх до тексту проекту.

3. Консультування з приватним сектором. Не існує якого-небудь офіційного механізму для консультацій з приватним сектором. При уряді повинна існувати Економічна рада, куди повинні входити фахівці з планування, що представляють різні соціальні і бізнес групи, до яких вони належать, але вони не повинні бути представниками інтересів цих груп. З цього виходить, що роль Економічної ради не розглядається як координування інтересів різних груп. Проте, не можна також заперечувати, що їх думки відображають думки різних груп, до яких вони належать, і домовленості, прийняті на засіданнях ради, повинні впливати на процес ухвалення рішень у відповідних групах. Ще одним додатковим каналом віддзеркалення точок зору різних соціальних груп є різні міністерства.

4. Консультування з регіонами. Один з розділів плану повинен стосуватися регіонального розвитку. Але це тільки віддзеркалення політичної філософії, а місцеві виконавські органи розглядають план як керівництво центрального уряду, проте він повинен розглядати питання використання національних територій, розміщення промисловості і розподіл населення. У підготовці цього плану найважливіше значення має консультування з місцевими виконавськими органами і між ними.

Таким чином, в процесі консультування досягається національний консенсус по основних напрямах розвитку. Іншими словами, процес планування - це процес досягнення консенсусу між різними соціальними групами по основних напрямах розвитку національної економіки через призму стимулювання експортного потенціалу. Кожен урядовий орган, що відповідає за проведення політики на місцях, реалізує свої цілі відповідно до на-

прямів політики, визначених в плані. Кожен приватний підприємець, який повинен вирішити, як розвиватиметься його підприємство, може ухвалювати самостійні рішення, керуючись основними напрямами розвитку, визначеними в плані. В результаті об'єднання зусиль державного і приватного секторів за рахунок контролю макроекономічного попиту, можуть бути досягнуті запрограмовані економічні цілі. Можна відзначити, і на це указує світова практика, що добре відпрацьований процес планування є гарантією здійснення плану.

Звернувшись до історії економічного планування в країнах з ринковою економікою в післявоєнні роки, можна відзначити, що реальні показники економічного зростання перевищували заплановані показники, проте жоден план не припиняв здійснюватися із-за цієї невідповідності раніше терміну. Цей факт свідчить, що в процесі втілення в життя плану можливі деякі проблеми.

Успішне виконання плану слід супроводити рядом заходів. Сюди повинні входити:

1. Механізм здійснення плану.

(а) Повинні складатися довгостроковий план і щорічний план.

У економічному плані не повинні міститися щорічні вказівки про те, як досягти запланованих цільових показників економічного розвитку. У ньому вказуються тільки середній показник зростання і основні напрями політики. Таким чином, щорічні заходи по досягненню мети плану залежать багато в чому від економічної кон'юнктури і бюджету.

У плані представляється аналіз економічної ситуації і концепція економічного розвитку на майбутній рік, аналіз світової кон'юнктури і перспективи розвитку експорту. Поточний бюджет спирається на щорічний план цього року.

У щорічному плані не повинні чітко згадуватися довгострокові і короткострокові цілі. У ньому може даватися оцінка економічного розвитку минулого року або майбутнього року як проміжних етапів в поточному економічному плані. Щорічний план є більше прогнозом напрямів роботи приватного сектора, на його основі приймаються антициклічні заходи, зокрема фіскальна і грошова політики на майбутній рік в конкретних міжнародних економічних умовах.

Хоча бюджетна політика, в цілому направлена на контроль сукупного попиту ґрунтується на щорічному плані, деталізація бюджету ґрунтуються на цілях, вказаних в економічному плані, наприклад, розміщення державних інвестицій.

(б) Економічний план і міністерський план.

Довгострокова програма реалізації окремих проектів, розроблена кожним міністерством, повинна бути в рамках урядового економічного плану. Тому, коли відповідним міністерством розробляється довгострокова програма реалізації конкретних проектів, воно повинне погоджувати свої плани з Міністерством економічного розвитку і торгівлі. Проте, як вже наголошувалося раніше, план повинен мати досить абстрактний характер і представляти тільки основні напрями економічної політики. Терміни реалізації державного економічного плану і галузевих планів (на рівні міністерств) необов'язково повинні співпадати, в плані не повинен згадуватися порядок його щорічного втілення в життя, що повинно давати велику міру свободи міністерствам при складанні власних планів.

Що стосується державних інвестицій на розвиток експорту, то загальна сума витрат, які плануються в кожному напрямі в період дії плану, повинні бути визначені в останньому. Але в плані не указуються розміри щорічних витрат в конкретній області. Сума щорічних витрат планується в щорічному плані. Кожне міністерство відповідно до державного економічного плану отримує свою частку бюджету для здійснення передбачених ним проектів, за які воно відповідає по довгостроковому плану. Витрати за конкретними проектами залежать від економічних перспектив на майбутній рік і очікуваних надход-

жень до державного бюджету. План грає роль покажчика для інших державних структур в складанні своїх довгострокових програм по здійсненню конкретних проектів, з тим, щоб обмежити суперечності між цими проектами.

2. Загальнонаціональний план і регіональний план.

Під суспільним сектором в плані розуміється центральний уряд, місцеві органи виконавчої влади і державні підприємства. Місцеві органи виконавчої влади не беруть участь в процесі планування. З тим щоб досягти цілей, намічених в плані, необхідна співпраця місцевих органів виконавчої влади. Більше половини державних витрат в плані повинні відводиться на місцеві органи виконавчої влади. Центральний уряд може в якійсь мірі контролювати місцеві органи виконавчої влади шляхом розподілу субсидій. Проте, не існує гарантій, що політичні цілі центрального уряду і місцевих органи виконавчої влади співпадатимуть.

Єдиним довгостроковим планом, що об'єднує центральний уряд і місцеві органи виконавчої влади, є державний план розвитку. На регіональному рівні відповідно до загальнонаціонального економічного плану складається свій довгостроковий план. Цей план повинен бути розрахований приблизно на 10-річний період і ґрунтуватися на довгострокових прогнозах.

3. Економічний план і приватний сектор.

Відхилення показника реального зростання від запланованого можуть спостерігатися в основному через різниці між економічними прогнозами приватного сектора і його реальними досягненнями. В умовах ринкової економіки щорічні плани не можна пропрацювати настільки глибоко з погляду досягнення запланованих показників. Наприклад, вважається, що чим вище показник зростання, тим краще, проте побічним негативним результатом може стати поява економічних дисбалансів, наприклад, як зростання інфляції. Багато дисбалансів можуть бути усунені в процесі швидкого економічного зростання.

Однією з ключових складових державного плану є розробка макроекономічної політики. Макроекономічна політика - це політика, коли за допомогою економічних заходів, перш за все фінансової і кредитно-грошової політики, що справляють вплив на економіку країни в цілому, формується найбільш бажана для держави структура економіки. Метою макроекономічної політики є підтримка в середньостроковій перспективі здорової фінансової політики, створення нових робочих місць, а також підвищення життєвого рівня за рахунок високого рівня економічного зростання і зниження інфляційних процесів. Слід додати також, що в умовах інтернаціоналізації економіки все більше потрібна така економічна політика, яка дозволила б гармонійно регулювати національні і міжнародні економічні відносини.

У багатьох розвинених країнах для досягнення вищеописаної мети зазвичай залежно від стану економіки країни і з тим, щоб згладити економічні підйоми і спади, застосовуються наступні заходи:

1. Політика в період «перегріву» економіки.

Бюджетна політика. В період «перегріву» економіки (якщо припустити, що прийнята прогресивна система оподаткування) податкові надходження перевищать рівень економічного зростання, покращиться баланс бюджету, оскільки знизяться бюджетні витрати на допомогу з безробіття, соціальне страхування і т.д. В результаті цього державна політика матиме стримуючий вплив на економіку, гратиме роль «охолоджуючого» чинника (чинник вбудованого стабілізатора).

Фінансова політика. Фінансова політика в період перегріву економіки повинна бути перш за все направлена на уникнення зростання інфляції, яку породжує в цих умовах надмірний попит. Для цього приймаються заходи по забороні пропозиції грошей шляхом

покупки облігацій на відкритому ринку або забороні попиту на капітали за допомогою регулювання процентної ставки за рахунок її підвищення або інших заходів.

2. Політика в період економічного спаду.

Бюджетна політика. За ситуації, коли економіка знаходиться у фазі економічного спаду, то спрацьовує чинник вбудованого стабілізатора і в результаті збільшуються бюджетні витрати на соціальне страхування і ін. У міру того, як податкові надходження знизяться більше, ніж ступінь економічного спаду, погіршає баланс бюджету, і таким чином, це матиме стимулюючу дію на економіку. Проте, якщо є побоювання, що спад економіки надасть великий негативний вплив на рівень життя, зокрема, на зайнятість, то не слід покладатися тільки на ефект вбудованого стабілізатора. Існує небезпека, і як це спостерігалося під час всесвітнього економічного спаду в 1930-і рр., коли ринкова економіка впадає в стан зниження доходів, то з наростаючим прискоренням за принципом «доміно» один за іншим уривається циркуляція приватних капіталів. Для того, щоб запобігти зниженню темпів зростання і застою приватного сектора, державний сектор повинен активно збільшити бюджетні витрати на суспільні інвестиції і ін. з тим, щоб підтримати економіку країни.

Фінансова політика. Оскільки в період економічного спаду, коли попит зазвичай нижче за пропозицію, не існує побоювання великої інфляції, для фінансової політики важливо "вдихнути життя" в попит на капітал шляхом зниження офіційної процентної ставки, що дозволить знизити банківські процентні ставки. Заходи макроекономічної політики повинні включати наступні аспекти:

По-перше, перш ніж приступати до конкретних політичних заходів слід визначити цільові завдання економічного розвитку, це також необхідно для того, щоб окремі заходи економічної політики не вступали у протиріччя один одному. Для цього силами міністерств проводиться складання прогнозу і вивчення економічної кон'юнктури.

По-друге, Міністерство економічного розвитку і торгівлі повинне складати програму заходів по регулюванню економіки і економічної перспективи на майбутній рік. Економічний прогноз, крім того, що він виражає найбільш реальний стан економіки на майбутній рік, служить основою для розрахунку статей податкових надходжень до бюджету на майбутній рік, тому робота над цими двома документами ведеться паралельно, завершується приблизно в той же час, коли проект складання бюджету затверджується Кабінетом Міністрів перед подачею у Верховну Раду.

По-третє, складання економічного плану. Як напрям урядової економічної політики на середньо- і довгостроковий період, складається економічний план на 5 років. План не має ніяких обмежень для приватних підприємств. Економічний план тільки визначає напрями середньо- і довгострокової політики, і разом з координуванням дій, грає роль керівництва в діяльності приватних економічних суб’єктів, указуючи, в якому напрямі бажано розвиватися в майбутній середньо- і довгостроковий період.

По-четверте, вивчення стану економіки. Міністерством економічного розвитку і торгівлі щомісячно складаються економічні звіти. Ці звіти ґрунтуються і визначається єдина точка зору з питання про те, в якому стані в даний час знаходиться економіка і її перспективи.

У здійсненні макроекономічної політики необхідно виробити: 1) єдність між макроекономічною політикою і галузевою політикою; 2) баланс внутрішньої і зовнішньої політики; 3) єдність короткострокової і довгострокової політики. Для досягнення цього в процесі роботи над виробленням економічної політики, економічного прогнозу, складанням економічного плану, дослідженням стану економіки здійснюється координація дій з відповідними міністерствами.

Особливо, коли сповільнюється економічна активність приватного сектора, і з'являється небезпека, що економіка може значно відхилитися від планованого шляху свого розвитку, виникає необхідність в терміновому порядку виробити економічну політику, що враховує ці обставини і що пропонує комплекс різних заходів здатних протистояти негативним аспектам. У цих випадках необхідне зведення воєдино фінансової, кредитно-грошової і промислової політик.

При розробці і реалізації економічної політики важлива роль належить Міністерству фінансів. Міністерство фінансів є ключовою ланкою при складанні державного бюджету, і для цього, отримавши інформацію від інших міністерств, складає спочатку проект бюджету. Проте, за принципом фінансової демократії, для затвердження бюджету потрібний розгляд і ухвалення його в парламенті. Окрім роботи по складанню бюджету, Міністерство фінансів займається також розподілом капіталів через систему бюджетного фінансування і інвестицій на меті вдосконалення промислової бази. Хоча за проектом бюджетного фінансування і інвестицій потрібний розгляд і затвердження його в парламенті, проте до певної міри допускаються і самостійні рішення. По цій системі поступають засоби, що дають можливість маневрування в найбільш важливих сферах економіки країни. Що стосується місцевих бюджетів, то на рівні країни складається проект бюджетної політики урядів на місцях. Проте, це служить тільки для того, щоб уникнути розбіжностей між державним і місцевими бюджетами (особливо, відносно тих засобів, які виділяються з державного бюджету місцевим органам управління), і досягається це шляхом складання прогнозу балансу бюджету місцевих органів. Крім того, в результаті складання проекту місцевого бюджету, досягається єдність у формі розпорядження бюджетними коштами на кожному рівні.

НБУ, маючи в своєму розпорядженні такі заходи як регулювання процентної ставки, рівня резервного мінімуму, операції з облігаціями на ринку і інші заходи фінансової політики, має право визначати свою політику незалежно від Кабінету Міністрів. Також не вимагається резолюції законодавчого органу (парламенту) при зміні напряму своєї політики Банком. Проте, для того, щоб скоординувати економічну політику уряду і фінансову політику НБУ, регулярно повинні проводяться спільні засідання для обміну думками.

Сформулюємо основні концептуальні пропозиції при розробці планів розвитку зовнішньої торгівлі.

Перший і найбільш загальний висновок полягає в тому, що частини планів і їх припущення щодо майбутнього розвитку повинні бути обґрунтовані, не виходити далеко за межі можливостей прогнозування вірогідного майбутнього. У серйозно обґрунтованих планах, на які можна спиратися в практичній роботі, не повинно бути елементів і положень абсолютно довільного характеру. У плани повинні вводитися лише ті проблеми і елементи, щодо яких є об'єктивні підстави висловлювати ті або інші думки з достатньою вірогідністю і притому в такій формі, яка відповідає можливостям обліку майбутнього. У серйозних і реальних планах має йти мова лише про те, на що є відомі наукові підстави; інакше вони представлятимуть всілякі "сміливі" розрахунки і викладення на майбутнє без достатніх підстав і тоді необхідно наперед примиритися, що ці розрахунки довільні, що такі плани позбавлені реальності. В кращому разі такі плани залишаться нешкідливими, тому що вони мертві для практики. У гіршому - вони будуть шкідливими, тому що можуть ввести практику в жорстокі помилки.

Другий висновок, в планах необхідно категорично відмовитися від фетишизму цифр, тобто не повинні робитися точні і деталізовані кількісні розрахунки перспектив на тривале майбутнє, вони віднімають багато коштів і легко вводять в оману. У контексті повинні застосовуватися наступні правила.

По-перше, необхідно відмовитися від кількісного виразу тих елементів, передбачати зміни в кількісній формі яких, принаймні на даній стадії нашого пізнання, взагалі не можна. У таких випадках необхідно обмежитися вказівкою тенденцій відповідних явищ.

По-друге, в тих випадках, коли явище допускає кількісний вираз і доступно деякому кількісному передбаченню, але лише на короткий термін, необхідно відмовитися від кількісного виразу його перспектив на тривалі терміни вперед, обмежуючись на ці тривалі терміни також лише характеристикою його загальних тенденцій.

По-третє, коли явище допускає кількісне прогнозування на відносно тривалий термін, але лише за умови відмови від дроблення його на дрібні складові частини, слід при проектуванні перспектив на довгострокову перспективу обмежитися розглядом явища в сумарному вигляді.

Кількісні вирази повинні даватися в тому об'ємі і в тій формі, на які в кожному даному випадку є достатньо серйозні і практично задовільні наукові підстави. Багато розрахунків повинні бути виключені з перспективних планів і повинні знайти місце винятково в оперативних планах. Практика планування потребує можливо конкретніших і детальніших кількісних прогнозних розрахунків переважно в процесі поточного планування, тобто практика потребує їх переважно тоді, коли має справу з оперативними планами. Звичайно, було б краще знати про динаміку явища в його майбутньому кількісному виразі. Але якщо зробити цього не можна, якщо можна лише підмінити такий науково обґрунтований прогноз суб'єктивними припущеннями, то практика не тільки може, але і повинна обійтися і обходиться без них. За цих умов стосовно тривалих перспектив, як правило, практика швидше і більше всього потребує не таких суб'єктивних кількісних розрахунків, не в точній цифровій характеристиці, а в тому, щоб мати серйозну і дійсно обґрунтовану економічну орієнтацію в загальних і основних лініях розвитку економіки. Вона потребує відповідей на такі питання, чи можна розраховувати на високу кон'юнктуру сільськогосподарського ринку і на зростання сільськогосподарського експорту або для цього є серйозні перешкоди? Яка система заходів потрібна для усунення цих перепон? Чи є передумови для інтенсифікації сільського господарства і в якому напрямі вона може відбуватися? Реально дати відповіді на поставлені вище і подібні основні питання дуже важко.

Разом з цим складання перспективних планів, визначення перспектив основних ліній розвитку без детальних розрахунків не можливо. Вирішення проблеми, потрібне для практичної орієнтації в майбутньому, лежить в поглибленому економічному аналізі умов внутрішнього і світового ринків, умов, що визначають рівень і співвідношення цін, умов, що визначають вірогідну тенденцію змін ринку і т.д. Якщо при цьому аналізі з'ясується можливість дати приблизний цифровий вираз цих тенденцій (з вказівкою можливих меж помилки), - проти такого цифрового виразу немає сенсу заперечувати. Але за цієї умови центр тяжіння побудови прогнозу з цифрової частини переміщається саме в сферу поглибленого економічного аналізу проблеми.

Третій висновок полягає в тому, що, оскільки доступний кількісний прогноз визначається завжди лише приблизно, то, щоб уникнути помилок на практиці, слід давати не однозначний точний цифровий вираз припущень, а завжди з вказівкою приблизної вірогідної помилки його. Це правило необхідне тому, що по суті ніколи не немає достатніх підстав формулювати прогноз в конкретно однозначній формі.

У зв’язку з цим виникає четвертий висновок, що відноситься вже до розуміння планів. Оскільки багато явищ не можна виразити кількісно та кількісний вираз перспектив не може бути однозначним, плани, що складаються, повинні розумітися як основна вказуюча

директива, що вимагає від практики максимальної творчої гнучкості в сенсі обліку конкретних умов роботи і отримання найбільших результатів.

Відповідно до цього в тих областях, де бажані максимальні досягнення, де по суті бажане перевищення планових припущень на практиці, практика повинна розглядати плани як плани мінімальні і повинна проявити творчу ініціативу в досягненні найбільших результатів. Така, наприклад, ситуація в області експорту. Навпаки, в тих галузях, де сутність найбільших досягнень полягає якраз в економії, практика повинна розглядати план як максимальний. Такі, наприклад, всі плани пов'язані з критичним імпортом.

П'ятий висновок полягає в розмежуванні операційних і перспективних планів. Необхідно провести глибоку грань між різними планами. Операційні плани повинні залишитися планами, в яких дається найбільш конкретна і в максимально можливому ступені кількісна характеристика перспектив і заходів. Перспективні плани, навпаки, повинні бути максимально звільнені від конкретних і детальних цифрових розрахунків на майбутнє. У них повинні знайти місце поглиблене економічне висвітлення основних вірогідних і бажаних тенденцій розвитку економіки або різних її галузей, а також напрями заходів. Цифрові характеристики цих тенденцій повинні даватися в них лише там, де це дійсно необхідно і можливо. При цьому, звичайно, повинні бути враховані особливості практичних запитів до таких кількісних розрахунків і можливості цих розрахунків в різних областях господарства.

Шостий висновок полягає в тому, що центр тяжіння перспективних планів лежить не в детальних цифрових розрахунках, а як раз у визначенні і обґрунтуванні найважливіших вірогідних і бажаних тенденцій розвитку економіки і лінії заходів, при побудові перспективних планів більша увага повинна бути спрямована на поглиблене економічне вивчення дійсності. Якщо можна отримати яку-небудь можливість серйозно зрозуміти основні тенденції розвитку в майбутньому і можливості дії на них, то тільки на основі такого вивчення. Якщо і можна додати своєму прогнозу, хоч би відносно найбільш стійких і основних елементів, приблизний кількісний вираз, то тільки на підставі вивчення дійсності і можливостей дії на неї. Таке вивчення повинне охоплювати всі основні умови, під впливом яких складається розвиток економіки в цілому, якщо йдеться про побудову загального плану, і тих або інших галузей його, якщо йдеться про побудову спеціальних планів. Повинні бути вивчені вплив як умов світового господарства, як вплив внутрішніх умов і внутрішнього ринку, так і вплив регулюючої дії заходів держави.

Сьомий висновок полягає в тому, що складання перспективних планів за таких умов повинне бути справою осіб високої кваліфікації і спеціальної наукової і науково-практичної підготовки. Перспективних планів розвитку експортоорієнтированого виробництва не може бути на даний період багато. Повинен бути один хороший план розвитку промисловості. Причому в тих цілях, щоб побудова планів не була відірвана від практичної роботи і від потреб практики, побудова їх повинно бути безпосередньо пов'язано з практично регулюючими органами.

Складання прогнозу перспективного розвитку неможливо уявити без використання різних методів і моделей прогнозування макроекономічної динаміки в цілому і зовнішньої торгівлі, зокрема.

Література

1. Viner J. The Customs Union Issue. New York: Stevens & Sons. 1950.
2. Policy implications of trade and currency zone. Kansas City: Jackson Hole, Wyoming. 1991. - P. 7-40.

3. Кодратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики. - М.: Экономика. - 1989. - С. 95-99.
4. Подробнее см. Кодратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики. - М.: Экономика. - 1989. - С. 100-102.

Глухова Д.*

СУЧАСНА БІЗНЕС-МОДЕЛЬ СТРАТЕГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ

Ключові слова: інновації, бізнес –модель, комерціалізація розробок, інновація бізнес – моделі, технологічна інновація, інноваційний бізнес, міжнародна конкурентоспроможність.

Актуальність теми дослідження обумовлюється інтенсивним розвитком науково – технічного процесу та управління ним на макро та мікрорівнях; проблемою комерціалізації та впровадження результатів інноваційних розробок у виробництво; вибором адекватних моделей управління інноваційним процесом на підприємстві.

Стрімкий розвиток інновацій та їх дифузія в усіх сферах життєдіяльності людини вимагає системного та комплексного підходів до них як у науково – організаційному, так й у бізнес – структурованому аспектах, що виражається у докорінних змінах принципів функціонування підприємств, трансформації їх бізнес – моделей відповідно до сучасної світогосподарської системи. З метою утримання конкурентних позицій на національному та міжнародному рівнях організація повинна створювати та координувати як нові бізнес – моделі, так й удосконалені технології.

В системі глобальної індексації конкурентоспроможності (The Global competitiveness Index), запропонованим Всесвітнім економічним форумом (ВЕФ), за інноваційним та бізнесовим рівнем розвитку на 2009 – 2010 рр. Україна посідала 96 місце серед 130 країн. Відповідність бізнес – середовища країни сучасним вимогам є одним з визначальних факторів її міжнародної конкурентоспроможності згідно з ВЕФ. Підвищуючи бізнес – рівень країни за рахунок інновацій, в першу чергу у сфері виробництва товарів та послуг, можна забезпечити стійке зростання продуктивності праці, що в результаті призведе до підвищення міжнародних конкурентних переваг національної економіки в цілому.

Алгоритм оцінки конкурентоздатності економічного суб'єкту здійснюється за такими критеріями:

- рівень мережевого бізнесу та «підтримуючих» галузей;
- кількісні та якісні показники локальних постачальників;
- наявність кластерів, які б забезпечували ефективність компаній – учасниць, отримуючи можливість для створення спільних інновацій та послабленні бар'єрів для формування нових організаційних структур в рамках даних кластерів.

На підприємницькому рівні особлива увага приділяється стратегіям та модернізації бізнес – моделей, включаючи вже існуючі ланки формування цінностей, брендингу, маркетингу, виробництва сучасних та унікальних продуктів.

Інноваційна бізнес-модель – це спосіб об'єднання бізнес - факторів (капітал, праця, матеріальні ресурси) в ланцюжок створення вартості нового продукту та компанії. Іншими словами, вона являє собою загальну конструкцію, яка б об'єднувала ідеї і технології з їх економічними результатами.

* кандидат економічних наук, асистент кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

© Глухова Д., 2012

Бізнес –модель виконує ряд функцій, а саме: визначення цінності, яку створює для користувачів інновація; ідентифікація ринкового сегменту і мети використання інновації; формування структури процесу створення вартості і визначення ключових активів для реалізації вартісного ланцюжка; визначення конфігурації схеми руху грошових потоків, структури витрат і доходів; виявлення позиції компанії у взаємозв'язках з постачальниками, замовниками, конкурентами; формування конкурентної стратегії, що забезпечує здобуття і підтримку конкурентних переваг за допомогою захисту і розвитку ІП.

Принципи бізнес-моделювання інновацій

1. **Бізнес-модель має бути націлена на управління ланцюжком створення інноваційної вартості** а саме: а) спосіб генерації ідей, б.) формування оптимального портфеля проектів для забезпечення еластичності грошових потоків компанії; в) швидкість розробки проектів; г) перетворення процесу комерціалізації на ключову компетенцію – організаційну інновацію.

2. **Управління мережею партнерів.** Жодна компанії не спроможна робити все краще за інших, тому не повинна прагнути відтворити самостійно весь інноваційний цикл.

3. **Побудова життєздатного бізнесу.** Життєздатний бізнес можливий лише при побудові бізнес - моделі у відповідності з можливостями команди і наявності портфеля проектів.

Враховуючи комплексний підхід до інноваційних процесів в організації технологія проектування бізнес – моделей має включати структурований механізм синтезу можливостей компанії з можливостями ринку в процесі розробки і комерціалізації інновацій; операційну систему життєздатної інноваційної компанії; ключові драйвери створення інноваційної вартості; аналіз внутрішнього потенціалу інноваційної компанії (виявлення внутрішніх ресурсів і відсутніх елементів); вибір еталонної бізнес-моделі, найбільш прийнятної з точки зору внутрішніх можливостей даної компанії; співвідношення еталонної моделі з умовами діяльності інноваційної компанії.

Імплементація вищеперерахованих факторів у традиційну модель інноваційного процесу (зародження ідеї, проведення дослідження, розробка продукту, його реалізація) зумовлює структурну побудову ефективної (перспективної) моделі з урахуванням всіх складових[3].

Рис. 1. Перспективна модель інноваційного процесу

Перспективна модель, яка зображена на рисунку 1 координує процеси оптимізації існуючої/ нової бізнес моделі та розробку самого продукту, оскільки вони здійснюються паралельно та забезпечує ефективність функціонування інноваційного підприємства[4].

В сучасних умовах прискореного технологічного прогресу відбувається трансформація соціально – економічного, політико – правового та бізнес – середовищ, що вимагає

миттєвого реагування на відповідні зміни всіх суб'єктів економічної діяльності, що спонукає урівноваженню бізнесу та технологічних складових відповідних процесів.

Інновація бізнес – моделі	**Технологічна інновація**
ціннісна пропозиція	товари та послуги
логістичний ланцюг	виробничі технології
цільовий споживач	сприяючі технології

Рис. 2. Важелі інноваційних процесів

Бізнес – модель описує спосіб створення, продажу та постачання цінностей клієнтам компанії. На рисунку 2 представлені три сфери, в яких зміни бізнес – моделі можуть стимулювати інновацію:

1. Ціннісна пропозиція товару чи послуги, яка полягає у виході на ринок абсолютно нового продукту, або у розширенні вже існуючої пропозиції, у своєму вираженні є стратегічними діями організації з метою підвищення конкурентоспроможності за вимогами відповідних ринків.

2. Важливим елементом інновації бізнес – моделі є ланцюг постачання, а саме процес створення та перенесення на ринок «цінностей». Дана стадія впливає на етапи нарахування вартості, враховуючи аспекти організації, кооперації та функціонування організації з метою виробництва та постачання своїх товарів та послуг на ринки.

3. Зміна цільового споживчого сегменту передбачає не тільки появу нових клієнтів, а й з застосуванням якісно нових інструментів маркетингу, просування, продажу та розповсюдження товару, організація може радикально змінити вектор напрямку споживання своєї продукції.

З точки зору технологічних змінних, то бізнес – модель трансформується в таких напрямах:

1. Зміни в фізичних властивостях товарів або послугах, які компанія пропонує на ринку, є найбільш розповсюдженим типом інновації, оскільки зміни відчуває, в першу чергу, споживач. На сучасному етапі, споживачі чекають на істотні і постійні інновації такого типу.

2. В результаті змін у виробничих технологіях, що є невід'ємною частиною виробництва товарів і надання послуг, створюються удосконалені, або покращені види продукції. Такі зміни у виробничих технологіях зазвичай не видно споживачеві, але часто життєво важливі для конкурентоспроможності нового продукту та організації в цілому. Наприклад, технології виробництва автомобілів, нафтопереробки, в електроенергетичній галузі. У сфері послуг виробничі технології є тими елементами, які дозволяють їх постачати — устаткування, транспорт, новітні електронні мережі. Компанії постійно прагнуть здійснити зміни у своїх виробничих технологіях, які б знизили собівартість та удосконалили якість існуючої продукції.

3. Третім фактором технологічної інновації є так звані сприяючі технології. Оскільки, замість того щоб змінювати функціональність товару або процесу, сприяючі технології дозволяють компанії здійснювати обрану стратегію набагато швидше і використовувати час в ролі джерела конкурентної переваги. Наприклад, інформаційні технології полегшують обмін інформацією між різними учасниками ланцюжка збільшення вартості продук-

ції. Хоча вони найменш помітні для споживачів, зміни в сприяючих технологіях, таких як інформаційні, можуть грати дуже важливу роль, оскільки вони допомагають прийняти краще рішення і забезпечити ефективне управління фінансами[6].

Відповідні процеси здатні забезпечити ефективне функціонування бізнес – моделі та її кореляції з інноваційними процесами в результаті глибокої інтеграції всередині компанії та відповідних маніпуляцій збоку керівників.

У 2006 році Гарвардською школою бізнесу була розроблена новітня концепція управління інноваційним бізнесом, в основу якої покладено чотири центральні чинники – s-чинникі - що безпосередньо впливають на успіх нового продукту/послуги і їх здатність приносити дохід: 1.) первинні витрати (або інвестиції), які є основою запуску інноваційного продукту/послуги (start-up costs); 2.) швидкість - час від появи ідеї продукту до його випуску на ринок (speed); 3) об'єм - час, за яке виробництво нового на ринку продукту досягає необхідного об'єму (scale); 4) підтримуючі витрати, що включають в себе реінвестиції (supporting costs/investments).

Тенденції глобальної фінансової невизначеності (світової економічної кризи) сприяють переміщенню векторів розвитку інноваційних процесів на підприємстві та його функціонування відносно макроекономічного середовища, що виражається у масштабному впровадженні відкритої (адаптивної) інноваційної моделі, яка включає в себе ряд особливостей: необхідність зробити інновації ефективнішими за грошовими та часовими параметрами, а також управляти ризиками, включаючи їх безпосередньо в бізнес-модель; можливості малих інноваційних компаній заробляти на відкритих інноваціях (наприклад, ліцензійні програми, не пов'язані з обмеженнями на подальшу модифікацію, але із збереженням інформації про первинне авторство і внесені зміни); можливості великих інноваційних компаній заробляти на програмі «Приєднуйся і розвивайся» (покупка, наприклад P&g, ліцензій дрібними компаніями на виробництво продуктів та їх вихід на ринок під власним брендом); тенденції заробляти великими інноваційними компаніями на інтелектуальній власності бізнесу, з якого вона вийшла (наприклад, GE отримує роялті від азіатських компаній, що випускають зняті з виробництва товари під маркою GE); можливості великих інноваційних компаній заробляти на відкритих інноваціях за рахунок формування стандартів та вектора еволюції бізнесу в своїй галузі[5].

Отже, виходячи з сучасних тенденцій розвитку сучасних МЕВ, можна зробити наступні висновки:

1. В економіці знань змінилися форми доходів - інтелектуальна рента стала пріоритетною по відношенню до виробничого прибутку і фінансової ренти.
2. Продавати матеріальний об'єкт можна лише один раз, а передача прав на використання одного і того ж об'єкту інтелектуальної власності може здійснюватися багато разів в процесі появи все нових ліцензіатів, що актуалізує ліцензійні бізнес-моделі.
3. На інтелектуальну ренту претендують як малі, так і великі інноваційні компанії. Проте масштаб бізнесу і крива досвіду диктують різні формати використовуваних бізнес-моделей.

Література

1. Роберт Каплан, Дейвид Нортон, Стратегические карты, М.: «Олимп-Бизнес», 2005.
2. Васконселлос-и-Са Жоржи, Стратегические ходы: 14 наступательных и оборонительных стратегий, Баланс Бизнес Букс, 2007
3. Молодой организатор в области науки и высоких технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://nature.web.ru/db/msg.html?mid=1182795&s

4. Составление карты инноваций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.management.com.ua/cm/cm074.html
5. Архитектура успеха бизнеса в экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cecsi.ru/coach/business_model_new.html
6. Стратегия маркетинга и инновации бізнес – модели компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kupievent.ru/corp/obshchie-voprosy

Гон О.*

МІЖНАРОДНИЙ КАПІТАЛ І МОВА ЕКОНОМІКИ В ТВОРЧОСТІ ЕЗРИ ПАУНДА

Економічні погляди Езри Паунда, трансформовані в художньо-естетичний системі поеми «Кантос», практично не проаналізовані в українській літературній критиці. За допомогою розгляду прози та поезії Паунда спробуємо визначити модуси протиставлення концепту лихварства з ренесансними банками у «Кантос» Езри Паунда. Для цього варто зосередити увагу на порівнянні історії виникнення італійських банків доби Відродження з англійськими й американськими фінансовими інституціями. Американський поет створює «історичну маску» фінансової практики XX ст., «контактну зону», в якій в одну площину зводяться, зокрема, документальний метод викладу, мотиви емерсонівського потрактування природи, інтертекстуальні алюзії на історію давньогрецьких полісів та міжмовна контамінація.

У «Піснях» 42 – 44 читаємо про історичні приклади банківської системи, заснованої на принципах справедливості, взяті з минулого Італії. Левова частка циклу подається у формі виписок із документів, що стосуються історії сієнського Monte dei Paschi (буквально, «Банк пасовищ»). Операції цього фінансового закладу базувалися на принципі природного приросту у буквальному розумінні цього слова. Так звана «Маремма», тобто смуга низинних, осушених ділянок на західному узбережжі Апеннінського півострова, зараховувалася як один із інструментів андерайтингу виплачених і отриманих відсотків. Для того, щоб володіти акціями чи вкладами у банку, жителі повинні були мати «luoghi», тобто паї на пасовищах. Як свідчать цитовані Паундом документи, отриманий прибуток розподілявся між накладними витратами та будівництвом доріг, лікарень, гідротехнічних споруд тощо. Поет вивчає старовинні книги та хроніки в італійських архівах і натрапляє на дорогоцінні матеріали про Банк Пасовищ, які підтверджують справедливість його здогадок про те, що в історії банківської справи можна знайти приклади гуманного та відповідального ставлення до суспільних потреб.

Поєднуючи італійські реалії доби Ренесансу з англійськими просторіччями, насолоджуючись міжмовною контамінацією, дослідник висловлює задоволення і захоплення державною інституцією, що має «душу», вона заснована на раціональних принципах, «з батьківською любов'ю».Один із документів, який подається у 42-й Пісні у формі парафрази з коментарями «перекладача», називає майбутній Банк «the Mount of Pity (or Hock Shop)». Паунд наближає звучання італійського словосполучення Monti di Pietà з англійським «Mount of Pity», відразу «підриваючи» тотожність за допомогою перекладу американським сленгом. Історична важливість історії фінансово-кредитних установ пояснюється в статті «Банки» із збірки «Вплив соціального кредиту» (1935 р.), де Паунд вирізняє два історичні типи банків: «Банк Пасовищ і дияволи».

Мотив природи як основи життєздатної економічної системи звучить у всьому творі, зокрема – і у цьому циклі епосу. Людину тут змальовано серед природи, вона залежить від

* кандидат філолологічних наук, доцент кафедри іноземних мов Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

© Гон О., 2012

ритмів космічного часу. Подібно до філософії Конфуція, за Паундом економічне благополуччя залежать від відповідності діяльності соціуму продуктивним ритмам природи.

Отже, поетика цих Пісень ґрунтується на інтертекстуальному принципі руху вперед і назад у часі між взаємопов'язаними епізодами. Так, алюзія на Сіракузи змушує нас пригадати промову Демосфена «Проти Зенотеміда». Паунд описує «історичну маску» сучасного фінансового крутійства та софістики. Феномен лихварства, за Паундом, заперечує залежність людини від природи і примушує її штучно прискорювати виробничі цикли, що виснажує її фізичну й духовну енергію та призводить до згубних соціально-етичних наслідків.

Дзюба П.*

УКРАЇНА В МІЖНАРОДНОМУ ІНВЕСТИЦІЙНОМУ БІЗНЕСІ: МІСЦЕ В ГЛОБАЛЬНИХ ПОРТФЕЛЬНИХ ПОТОКАХ

Ключові слова: міжнародні портфельні інвестиції, портфельні активи, портфельні пасиви, глобальна-фінансово-економічна криза, структура міжнародних портфельних потоків.

За роки незалежності Україна як економіка пройшла тернистий шлях глибоких трансформацій та адаптації, розвитку та вдосконалення, конкуренції, економічних перемог та поразок. І хоча стверджувати, що цей шлях уже завершено, наразі ще зарано, беззаперечним є те, що успіхи нашої держави на цьому шляху важко переоцінити вже сьогодні. За цей час Україна стала повноправним членом світової спільноти, упевнено посіла свої позиції в міжнародному поділі праці й міжнародній торгівлі, навчилася раціонально використовувати свої конкурентні переваги, зайняла своє місце в міжнародних потоках капіталу, сформувала передумови для реальних перспектив європейської інтеграції. Вагомість та значимість цих та багатьох інших здобутків нашої держави підтверджують те, що сучасна геоекономічна й геополітична мапа Європи та світу неможлива без України – величезного ринку й стратегічно важливого регіону.

Однак, нажаль, не всі економічні можливості та стартові умови, які отримала наша держава, були використані повною мірою. Існує ряд сфер економіки та напрямів економічного розвитку, які сьогодні потребують особливої уваги з боку економічної політики та є надзвичайно перспективними з погляду їх подальшого розвитку. До найбільш важливих із цих напрямів, на наш погляд, відносяться необхідність розбудови сучасної інфраструктури, розширення сфери послуг та високотехнологічних виробництв, поглиблення інформаційної складової економіки, забезпечення економії електроенергії тощо.

Низка невикористаних Україною можливостей залишається й у фінансовому секторі. Так, низький рівень розвитку фінансового ринку стримує не лише розвиток самого ринку та його інфраструктури, а також супутніх сфер, таких, приміром, як сфера портфельного інвестування. Причому особливої гостроти ця проблема набуває саме в контексті міжнародних портфельних інвестицій, оскільки іноземні інвестори в цьому плані є значно більш вимогливими та прискіпливими. Для них необхідно створювати звичні умови, умови, які є типовими на міжнародних ринках, умови, які би забезпечили прозорість, стабільність та зрозумілість усіх правил, процедур і норм. Лише в такому випадку наша держава зможе повною мірою використати свій потенціал у сфері міжнародного портфельного інвестування. Саме цьому аспекту ми й присвячуємо наше дослідження. У ньому ми ставимо за мету визначити місце України в глобальних потоках міжнародних портфельних інвестицій, виявити основні напрями змін у структурі й динаміці цих потоків та їх причини, зокрема під впливом глобальної фінансово-економічної кризи, а також з'ясувати перспективи розвитку ринку України як реципієнта іноземних портфельних інвестицій.

* кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних фінансів Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

© Дзюба П., 2012

Досліджуючи глобальні потоки міжнародних портфельних інвестицій та місце в них України, слід зазначити один важливий аспект. Україна є значно більшою мірою реципієнтом портфельних інвестицій, ніж інвестором. Цей факт є добре відомим та логічно зрозумілим. З погляду міжнародних портфельних потоків це означає, що реальної необхідності досліджувати міжнародні портфельні активи України немає, оскільки ці показники є сьогодні настільки мізерними, що вважати їх репрезентативними не можна. Більше того, Україна й не претендує на роль портфельного інвестора, а лише реципієнта. Навряд чи ми маємо бодай якісь конкурентні переваги в якості інвестора, а от що стосується наших переваг з погляду залучення інвестицій, то вони існують [1]. Тому, враховуючи зазначене, ми розглянемо лише міжнародні портфельні пасиви України.

Так, за даними Координованого огляду міжнародних портфельних інвестицій Міжнародного валютного фонду, у 2009 році загальносвітовий обсяг міжнародних портфельних пасивів досяг рівня 37,2 трлн дол. США [3]. Для України цей показник складав 5422 млн дол. США. У відносному форматі це означає, що наша частка в глобальному показнику становила 0,015 %. Динаміка цих показників наведена в табл. 1.

Таблиця 1.
Динаміка міжнародних портфельних пасивів світу та України

Рік	Сукупні глобальні портфельні пасиви		Міжнародні портфельні пасиви України	
	У млн дол. США	У %	У млн дол. США	У %
1997	5880781	100	953	0,016
2001	12712030	100	1286	0,01
2002	14022699	100	1778	0,013
2003	19145985	100	3102	0,016
2004	23405563	100	4126	0,018
2005	25959967	100	7140	0,028
2006	33049758	100	10198	0,031
2007	39170328	100	12433	0,032
2008	30787759	100	5529	0,018
2009	37243845	100	5422	0,015

Примітка: розраховано автором за даними МВФ [3].

Що стосується частки України в міжнародних портфельних пасивах, то, як бачимо, вона невпинно зростала з 2001 року аж до самої кризи. У цьому контексті зауважимо, що 2000 рік став історично першим роком економічного зростання незалежної України, а тому зростання обсягів залучення іноземних портфельних інвестицій із 2001 року є логічним та закономірним. При цьому, що важливо, спостерігаємо не лише зростання абсолютних показників, а саме частки України в глобальних показниках. Свого рекордного рівня цей показник досяг у 2007 – передкризовому – році – 0,032 %, після чого почав стрімко скорочуватися – аж до 0,015 у 2009 році (приблизний рівень 2002 – 2003 років). А у порівнянні з рекордним 2007 роком – це скорочення частки більше ніж удвічі. Аналізуючи ці показники на відносному рівні, слід зазначити, що частка України, скажімо, у світовому ВВП становила у 2009 році 0,197 %, що більше ніж у 13 разів перевищує частку

портфельних пасивів України. При цьому частка у світовому ВВП також постійно скорочувалася під впливом кризи – її рекордний рівень був також зафіксований у 2007 році – 0,26 %. Кращими виглядають позиції України й у міжнародних потоках прямих іноземних інвестицій (ПІІ). Так, у 2010 році її частка в глобальному імпорті ПІІ (подібно ситуації з портфельними інвестиціями експорт ПІІ не розглядається) становила 0,522 % (табл. 2).

Таблиця 2.
Частка України в окремих глобальних показниках, у %

Показник	2006	2007	2008	2009	2010
ВВП	0,22	0,262	0,201	0,197	0,219
Імпорт ПІІ	0,397	0,54	0,626	0,406	0,522
Імпорт іноземних портфельних інвестицій	0,031	0,032	0,018	0,015	...

Примітка: розраховано автором за даними НБУ [2], МВФ [3] та ЮНКТАД [4, 6].

З табл. 2 бачимо, що ситуація з портфельними інвестиціями виглядає найгіршою. Навіть якби ми припустили, що в цій частці повинен зберігатися щонайменший паритет на рівні, скажімо, частки у світовому ВВП, то ми повинні отримувати в 13 – 20 разів більше іноземних портфельних інвестицій.

Що ж стосується останніх років, то, беззаперечно, суттєвий вплив як на економіку в цілому, так і на сферу міжнародного портфельного інвестування, спричинила глобальна фінансово-економічна криза. Під її впливом, а також у пошуках ліквідності у 2008 та 2009 роках іноземні резиденти активно продавали українські портфельні активи, відповідні цифри становлять -1292 та -1551 млн дол. США (табл. 3).

Таблиця 3.
Міжнародні портфельні інвестиції України – активні та пасивні операції, у млн дол. США

Стаття платіжного балансу	2006	2007	2008	2009	2010	2011 (півроку)
АКТИВИ	**-3**	**-29**	**12**	**-8**	**-17**	**-4**
Акції	-2	-21	10	-6	4	...
Боргові цінні папери	-1	-8	2	-2	-21	...
Облігації та ноти	-1	-8	2	-2	-21	...
Інструменти грошового ринку	0	0	0	0	0	...
ПАСИВИ	**3586**	**5782**	**-1292**	**-1551**	**4334**	**3008**
Акції	322	715	388	105	290	266
Боргові цінні папери	3265	5067	-1680	-1656	4044	2742
Облігації та ноти	3190	5143	-1680	-1684	4039	2776
Інструменти грошового ринку	74	-76	0	28	5	-34
ЧИСТІ ПОРТФЕЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ	**3583**	**5753**	**-1280**	**-1559**	**4317**	**3004**

Примітка: за даними платіжного балансу України [2].

Посткризове відновлення розпочалося досить швидко у 2010 році, коли іноземні резиденти інвестували 4334 млн дол. в українські активи, однак ще не досягли передкризо-

вого рівня в 5782 млн дол. Аналогічний показник за перші шість місяців 2011 року становить 3008 млн дол., що є досить значним, і, за умови збереження таких же темпів приросту до кінця року, може перевищити аналогічний показник за попередній рік.

Аналізуючи структуру міжнародних портфельних активів та пасивів, слід звернути увагу на такі найбільш важливі аспекти. Структура українських портфельних активів та пасивів змінилася під час кризи та після неї в напрямку, протилежному загальносвітовим зрушенням. Замість скорочення частка акцій в активах дещо зросла у 2008 році (з 85,4 % до 91,8 %) та у 2009 році (з 91,8 % до 92,4 %). Згодом вона знизилася у 2010 та 2011 роках. Майже всі зміни в частці акцій були відображені у відповідній (протилежній) зміні частки боргових фінансових інструментів, а грошовий ринок України при цьому є майже нерозвинутим і не залучив жодних портфельних інвестицій. І, по-друге, так само – протилежно загальносвітовим зрушенням – змінилася в Україні й структура пасивів. У 2008 та 2009 роках частка акцій зросла відповідно з 11,2 % до 13,5 % та з 13,5 % до 15,6 %. У зворотному напрямку змінилася частка боргових фінансових інструментів при досить незначній частці інструментів грошового ринку.

Цей випадок, на наш погляд, яскраво демонструє ставлення іноземних інвесторів до українського ринку як складової світового ринку міжнародних портфельних інвестицій. Таку нетипову поведінку можна пояснити наступними причинами. По-перше, як ми вже зазначали, криза призвела до глобальних зрушень у географії міжнародних портфельних потоків. У пошуках кращих дохідностей при високих ризиках, які спостерігалися всюди, інвестори змістилися до менш розвинутих ринків, на яких дохідності були досить прийнятними, особливо на ранніх етапах кризи. Однак, цей чинник не був вирішальним в ситуації з Україною. Вона стала швидше не стільки привабливою для залучення нових інвестицій, як сформувала передумови для зміни їх структури. Ризик дефолту за борговими фінансовими інструментами (навіть державними та гарантованими) зріс настільки, що навіть традиційно високі ризики інвестування в акції стали більш прийнятними для іноземних інвесторів. Багато з них віддавали перевагу інвестуванню в більш ризикові українські акції, ніж боргові інструменти з високою ймовірністю дефолту, тим більше, що за акціями завжди існували очікування щодо зростання їхньої вартості. І по третє, зміна структури на користь акцій відбулася зокрема під впливом перманентно нестабільної політичної ситуації, яка призвела до того, що державні цінні папери стали повністю неприйнятними для іноземних інвесторів. Стан відносної нестабільності є досить звичним для місцевих інвесторів, які вже звикли оперувати в такому середовищі. Для іноземних же інвесторів така ситуація є нетиповою, а іноді – навіть лякає їх, а тому вони реагують на таку нестабільність досить швидко, що знаходить прояв у їхніх міжнародних портфельних потоках, значно впливаючи на ринок. Більше того, суверенні кредитні рейтинги України частіше погіршувалися останніми роками, що подекуди призводило до дезінвестицій з боку іноземних інвесторів. Тому ми й спостерігаємо відмінні від загальних тенденцій цифри в усіх, крім 2007 (який для України став ринковим піком), роках. Усе це означає, що ринок України суттєво відрізняється від глобального ринку з погляду структури міжнародних портфельних потоків. Тому традиційні підходи та методи, які застосовуються для аналізу глобального ринку, навряд чи можна адекватно застосовувати для України.

Ураховуючи вищезазначене, очевидним виявляється факт гострої необхідності пріоритетного розвитку сфери міжнародного портфельного інвестування в Україні, насамперед як реципієнта таких інвестицій. Ми повною мірою підтримуємо загальновідомі пріоритети покращення економічної ситуації в Україні (валютно-фінансова стабілізація,

лібералізація системи регулювання, спрощення процедур тощо), що, зокрема, й створюватиме передумови для активізації міжнародних портфельних інвестицій. Однак, у цій сфері є й специфічні аспекти, які, на нашу думку, необхідно врахувати насамперед під час розробки та впровадження економічної політики. Це, по-перше, сприяння розвитку фінансового ринку. У цьому контексті ми передусім маємо на увазі розширення спектру та легалізацію більшої кількості фінансових інструментів, до яких звикли іноземні інвестори в інших країнах, насамперед – інструментів грошового ринку. Необхідно також максимально спростити всі процедурні питання та наблизити їх до міжнародних стандартів. І це особливо важливо на ранніх етапах активізації процесу залучення іноземних портфельних інвестицій, коли фундаментальні трансформації ще не вдасться повною мірою завершити. Саме цей аспект може дати стимул для іноземних портфельних інвесторів.

Не слід також забувати, що Україна як ринок портфельних інвестицій має дуже специфічний профіль ризику й дохідності – досить високий ризик при дуже високій дохідності. Він є в принципі неприйнятним для багатьох інвесторів із розвинутих ринків. Тому доки такий профіль не зміниться (у бік наближення до більш розвинутих ринків) багато інвесторів на ринок не прийдуть, незважаючи на всі інші сприятливі чинники. Крім того, для багатьох іноземних інвесторів дуже актуальним був і залишається чинник так званої «схильності до інвестування на національних ринках», який набув особливо значного впливу під час кризи та після неї. Ці інвестори також навряд чи стануть активними портфельними інвесторами для України. А враховуючи дедалі більш реалістичні домінуючі очікування другої хвилі кризи, розраховувати на активізацію припливу іноземних портфельних інвестицій в Україну важко. Однак, цим часом, на наш погляд, можна вдало скористатися або сформувати передумови для активізації цих процесів у майбутньому.

Література

1. Дзюба П. В. Фондовий ринок України як об'єкт міжнародної диверсифікації інвестиційних портфелів: специфіка кризового періоду / П. В. Дзюба // Постсоціалістичні країни в умовах світової фінансово-економічної кризи : збірник наукових праць Першої міжнародної науково-практичної конференції Одеського національного університету імені І. І. Мечникова, 24-25 квітня 2009 року, Одеса. – Одеса. Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2009. – Ч. І. – С. 35–37.
2. Національний банк України. Статистика платіжного балансу [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/Statist/index_PB.htm.
3. Coordinated Portfolio Investment Survey. – International Monetary Fund [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.imf.org/external/np/sta/pi/cpis.htm.
4. Non-Equity Modes of International Production and Development. World Investment Report 2011. – New York and Geneva : United Nations Conference on Trade and Dvelopment, United Nations, 2011. – 226 p.
5. Syriopoulos T. Dynamic Linkages between Emerging European and Developed Stock Markets: Has the EMU Any Impact? / Syriopoulos . // International Review of Financial Analysis. – 2007. – Vol. 16, № 1. – P. 41–60.
6. Transnational Corporations and the Infrastructure Challenge. World Investment Report 2008. – New York and Geneva : United Nations Conference on Trade and Development, United Nations, 2008. – 294 p.

Зінчук Т.*

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ

Ключові слова: агробізнес, аграрний сектор, аграрна політика, агрохолдинг, багатофункціональність сільського господарства, Європейський Союз (ЄС), Спільна аграрна політика ЄС (САП ЄС), сільський розвиток.

Мета дослідження: аналіз та обґрунтування напрямів сучасної і перспективної аграрної політики ЄС як стимулюючого чиннику формування системи агробізнесу у контексті майбутніх європерспектив України.

Методи дослідження. Монографічний (опрацювання досвіду інтеграції аграрного бізнесу окремих країн-членів ЄС до норм і вимог Європейського Союзу); аналітичний (аналіз пріоритетів САП ЄС та її впливу на ефективність аграрного бізнесу); статистичний (збір та обробка статистичної інформації щодо результатів САП ЄС в агробізнесі); історичний (хронологія та соціально-економічна значимість історичних етапів розвитку сільського підприємництва).

Основні результати дослідження. Протягом останнього десятиріччя акценти розвитку світової економіки все більше зосереджуються на, у минулому, традиційно периферійній, відсталій, забитій галузі сільського господарства. З економічного «баласту» аграрний сектор перетворюється у лідера, акумулюючого значний фінансовий капітал, передові інноваційні технології, інвестиційні ресурси, потужний виробничий і людський потенціал, професійний менеджмент та соціально орієнтований маркетинг.

Країни ЄС, як і переважна частина інших розвинених країн світу, відносять стан сільського господарства до питання пріоритетної, так званої «високої політики». При забезпеченні конкурентних переваг та продовольчої безпеки аграрний сектор економіки країнах-членах ЄС стає джерелом економічного зростання та напрямом мінімізації негативних наслідків глобалізації. Водночас, інституційне визнання та реалізація багатофункціональної ролі сільського господарства (виробничої та невиробничої) створює сприятливі передумови для сільського підприємництва, що, у свою чергу, є рушійної силою розвитку економіки села.

Сьогодні ЄС є одним з найпотужніших в світі виробників, споживачів та імпортерів сільськогосподарської продукції. У 2010 р. обсяг експортованої агропродовольчої продукції цього інтеграційного об'єднання складав 91 млрд євро (2-е місце в світі після США), а імпортованої – 83 млрд євро (1-е місце в світі). У структурі експорту ЄС переважає готова сільськогосподарська продукція з високою доданою вартістю, на яку припадає 60% від усього експорту сільськогосподарської продукції ЄС. Передові позиції ЄС в агровиробництві та в системі світової торгівлі головним чином обумовлені особливими умовами розвитку агробізнесу, що закладені як результат запровадження Спільної аграрної політики (англ. Common agricultural policy) ЄС.

Формування і розвиток як фермерства, так і потужних, вертикально інтегрованих агроформувань з високим рівнем диверсифікації діяльності є характерною ознакою роз-

* доктор економічних наук, професор Житомирського національного агроекологічного університету

© Зінчук Т., 2012

витку аграрного бізнесу в ЄС. Засвоєна на франко-німецькій вісі, євроінтеграційна модель з моменту свого утворення, однією з ключових цілей визначила продовольчу безпеку та самозабезпеченість агропродовольчою продукцією населення країн-членів. Відповідно до Римської угоди визначалися стратегічні орієнтири САП ЄС: високий рівень конкурентоспроможності агропродовольчої продукції на внутрішніх та зовнішніх ринках, помірні ціни, стабільність ринків, забезпечення можливостей для розширення пропозиції сільськогосподарської продукції, суттєва державна підтримка.

Незважаючи на суттєві зміни в основних засадах САП ЄС, які продовжується дотепер, постулати цієї політики залишаються майже без змін та поєднують соціальні, екологічні та економічні елементи. При цьому основними суб'єктами агробізнесу традиційно виступають фермерські господарства, різні за своїми розмірами, але однакові за метою – досягнення високих рівнів прибутку та добробуту населення.

Нові стратегічні орієнтири САП ЄС, що розробляються на період 2013-2017 рр., суттєвим чином посилюють роль агробізнесу та визначають такі ключові сфери регулювання та підтримки аграрного сектора економіки: 1) підвищення конкурентоспроможності сільського господарства (за рахунок модернізації аграрного виробництва, інноваційного розвитку агробізнесу, впровадження інформаційних технологій, підтримки виробництва нових видів агропродовольчої продукції, підтримки кооперації агротоваровиробників); 2) забезпечення екологічного ведення сільського господарства та захист природного навколишнього середовища (завдяки державній підтримці процесу впровадження енергозберігаючих технологій, збереження водних, земельних і лісових ресурсів, мінімізація шкідливого впливу агробізнесу на природно-кліматичні умови, розвиток альтернативних джерел енергії); 3) посилення багатофункціональної ролі сільського господарства, стимулювання несільськогосподарської зайнятості та забезпечення добробуту населення на сільських територіях (через державну підтримку малого і середнього бізнесу, розвиток туризму, збереження ландшафтів, інфраструктурне забезпечення бізнесу тощо). Нові виклики, які, насамперед, враховані при реформуванні САП ЄС пов'язані зі змінами клімату, екологічними катастрофами, новими непередбаченими масштабами і наслідками економічних і продовольчих криз.

Усі запропоновані рішення мають одну загальну особливість: вони потребують збільшення системи витрат суб'єктів агробізнесу та скорочення економічного ефекту від прямих виплат. Удосконалення механізму управління виплатами, які поглинають щорічно у середньому 40 млрд євро бюджету ЄС (або 45%) , є кардинальним кроком реформ САП. Тільки у 2010 р. ЄС виділив фермерам близько 58 млрд євро, що становить 41% загального бюджету Євросоюзу. Коригування САП ЄС у форматі зниження рівня прямих бюджетних виплат спровокувало створення добре організованого як на національному, так і на рівні ЄС, аграрного лобі, яке представляє інтереси сільськогосподарських підприємців, індустрії сільськогосподарських поставок і значної частки переробних харчових підприємств. Політична система таких країн-членів ЄС, як Німеччина та Франція, надає великого значення системі захисту інтересів аграрного бізнесу та через свої інструменти мінімізує загрози зниження середньорічних доходів фермерів. Безперечно, фермери і надалі залежатимуть від фінансової підтримки, оскільки, навіть незважаючи на величезні структурні зміни в аграрному секторі, аграрії мають вкрай низьку динаміку зростання доходів.

Фактори, які визначали та продовжують формувати механізм функціонування аграрної політики в ЄС можуть бути найкращими індикаторами того, за яким напрямом розвиватиметься аграрна політика України стосовно створення умов для аграрного бізнесу, наскільки вона буде подібна до САП ЄС, або відмінна від неї. Запровадження десятками

років напрацьованих в ЄС схем реформованої САП з одного боку, розширює можливості для забезпечення ефективності вітчизняного аграрного бізнесу, з іншого боку, посилює ступінь ризику у виборі пріоритетів його розвитку.

Тенденції розвитку бізнесу, що визначилися в агропромисловому комплексі України, останнім часом складаються на користь великотоварних, економічно потужних бізнес-структур, типовими представниками яких стали принципово нові типи організації аграрного бізнесу – агрохолдинги (агроформування), у структурі яких обов'язковим є аграрне виробництво як один із ключових напрямів діяльності та значний масштаб діяльності з резервами збільшення [1, с. 104-105]. Вони мають істотні переваги над підприємствами малого та середнього бізнесу та характеризують принципово новий тип учасника аграрного виробництва (або агробізнесу). До характерних рис агрохолдингів слід віднести максимальне використання капіталістичного типу виробництва, значну капіталізацію виробництва, залучення великих обсягів іноземних інвестицій, розширений маркетинг та розвинуту логістику, професійний менеджмент, впровадження і використання енергозберігаючих технологій та інші.

Серед 20 найбільших з них розмір земельних угідь варіює в межах 50-250 тис. га, а їх середній розмір в межах зазначеної кількості становить близько 115 тис. га. При цьому в Україні вже існує більш, як 35 холдингів, які мають в своєму активі понад 25 тис. га. земельних угідь. В стратегії їх розвитку на майбутні 3-5 роки планується збільшення кількості орендованих земель на 35-43%. І це не межа. Лідерами землекористування, що мають понад 150 тис. га, на сьогодні залишаються: ТОВ «Українські аграрні інвестиції», які мають понад 250 тис.га і працюють у вісімнадцяти областях України; ВАТ «Маріупольський металургійний комбінат ім. Ілліча», що контролює біля 240 тис.га землі та понад 67 колишніх сільськогосподарських підприємств; «Ленд Вест», що хазяйнує на Заході України (184 тис.га); агрохолдинг «Мрія» (понад 150 тис.га). Ще біля десяти агрохолдингів мають в своєму розпорядження більш ніж 100 тис.га. та ще ж стільки ж, які мають більше 45 тис.га. При цьому представництва агрохолдингів є в кожній області України без винятку. Найбільше їх на Заході, Сході та в Центрі України, в той час як на Півночі та Півдні їхня кількість є дещо меншою. В цілому ж, сім агрохолдингів, які функціонують в Україні, за два з половиною роки залучили інвестицій в розмірі близько 850 млн. дол. [2, с. 11-12].

Аналізуючи виробничий напрямок агрохолдингів, слід відзначити, що здебільшого їх діяльність спрямовано на виробництво зернових та олійних культур, виробництво сировини для власної переробної промисловості (цукрові буряки, молоко, м'ясо великої рогатої худоби, свиней, птиці тощо.

Проте, розвиток даних формувань на селі викликав і нові проблеми, серед яких варто виділити такі, як ігнорування агрохолдингами інтересів жителів сіл, руйнування інфраструктури сільських територій, знищення всякого роду конкуренції, відтік сільського населення з сільських територій, соціальну незахищеність селянства та багато інших. Крім цього поступово і впевнено великий бізнес витісняє малий і середній бізнес з сільських територій, не сприяє використанню їх потенціалу та, відповідно, віддаляє можливості адаптації форм господарювання у аграрному секторі до існуючих в ЄС.

Висновки. Маючи сьогодні значні ресурси для ефективного функціонування агробізнесу, соціально-економічний розвиток аграрного сектора економіки України значно поступає країнам ЄС за рівнем конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, станом екологічної безпеки, ефективністю та спрямуванням державної підтримки, підходами до забезпечення пріоритетів сільського розвитку тощо. Все це вимагає нових під-

ходів до становлення і розвитку системи агробізнесу і, відповідно, використання економічного, людського та природно-ресурсного аграрного потенціалу країни.

Література

1. Єранкін О.О. Маркетинг в АПК України в умовах глобалізації: монографія / О.О. Єранкін. – К.: КНЕУ, 2009. – 419 с.
2. Садовник О.В. Сучасні тенденції розвитку агрохолдингів в Україні / О.О. Садовник // Вісник СНАУ, Серія "Економіка та менеджмент". –Випуск 4. – Суми, СНАУ, 2009. – С. 10-14.

Карп В.*

ВПЛИВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ НА МІЖНАРОДНІ КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ УКРАЇНИ

Ключові слова: туризм, туристична індустрія, конкурентоспроможність, державна туристична політика, туристична фірма, туристичний потенціал країни.

Актуальність теми обумовлюється інтенсивним розвитком туристичної індустрії як на міжнародному, так й на національному рівнях, підтримка якої з боку державного та приватного секторів, а також виділення серед ієрархії пріоритетних галузей економіки може забезпечити міжнародну конкурентоспроможність України та її стійке економічне зростання.

Туризм є складною системою, в якій тісно переплетені інтереси багатьох галузей економіки, екології, культури, безпеки, зайнятості населення, розвитку туристської інфраструктури. Саме туристична індустрія виступає потужним соціально-економічним і політичним чинником, що визначає розвиток економіки і політику багатьох країн і регіонів світу.

Сучасна індустрія туризму є однією з прибуткових і динамічних галузей світового господарства. Згідно з дослідженнями Всесвітньої Туристичної Організації (UNWTO) міжнародні туристичні потоки достигли 990 мільйонів у 2010 році, та склали приріст в 3% порівняно з 2009 роком. За даними Всесвітньої ради подорожей та туризму (WTTC) частка індустрії туризму складає 9,9 % глобального ВВП, 10,9% світового експорту, та 9,4% світових інвестицій.

Згідно з даними доповіді Всесвітнього Економічного Форуму в 2010 році по рівню конкурентоспроможності в сфері подорожей та туризму Україна займає 77 місце, яке залишилось незмінним порівняно з 2009 роком (в 2008- 78 місце). Розвиток туристської галузі характеризується позитивною і постійною динамікою. Створення нового іміджу українського туристичного продукта, конкурентоздатного в нашій країні і за кордоном, підтримка розвитку малого і середнього бізнесу в туристській сфері зумовили зростання кількості туристів і об'ємів наданих ним послуг[2].

Особливо чітко постає актуальність цього питання для нашої держави, яка являє собою унікальний комплекс історичних, культурних та природних пам’яток і має значні рекреаційні можливості, що сформувались завдяки географічному положенню та її історичному розвитку. Важливою особливістю туристичного потенціалу країни також є те, що Україна поєднує в собі красу степової та лісної природних зон, а також гірські пейзажі. Окремі її регіони є дуже привабливими для туристів, зокрема для іноземних. Про це свідчить динаміка відвідання України останніх, кількість яких збільшилась у 4 рази за останні 7 років. Більша частина в’їзних туристів припадає на певні регіони, а саме: АР Крим (29%, з них 9% належать Севастополю), Київ (25%) та Одеська область (15%). На мою

* кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

© Карп В., 2012

думку, проблему розвитку туристичної галузі в Україні необхідно розглянути як загальнодержавну справу. На це існує ряд вагомих причин, актуальних саме для нашої країни:

- Україна має значний різносторонній туристичний потенціал;
- туризм сприятиме надходженню валюти в країну, отже і поповненню Держбюджету;
- туризм пов'язаний з багатьма іншими галузями економіки, тому розвиток цієї індустрії покличе за собою розвиток багатьох супутніх галузей;
- розвиток туризму в регіонах спричинить збільшення доходів місцевих бюджетів, що призведе до покращання рівня життя населення, зростання інтересу до продукції місцевої промисловості, покращання кон'юнктури в будівництві та інфраструктури в регіоні в цілому[6].

Стратегічною метою розвитку туризму в Україні є створення конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринках національного туристичного продукту, розширення внутрішнього та збільшення обсягів в'їзного туризму, забезпечення на цій основі комплексного розвитку курортних територій та туристичних центрів з урахуванням соціально-економічних інтересів їх населення, збереження та відновлення природних територій та історико-культурної спадщини. Це обумовлює необхідність активних цілеспрямованих дій, насамперед у контексті державної туристичної політики, що являє собою діяльність держави з розвитку туристичної індустрії і суб'єктів туристичного ринку, вдосконалення форм туристичного обслуговування громадян і зміцнення на їх основі свого політичного, економічного та соціального потенціалу.

Аналіз стану вітчизняного туристичного ринку свідчить про те, що розвиток туризму в Україні перебуває лише на початковій стадії. Збільшення потоків внутрішнього та в'їзного туризму нині уповільнюється через низку негативних факторів, до яких належать:

- недостатній розвиток туристичної інфраструктури;
- нерозробленість нормативно-правової бази;
- економічна та політична нестабільність у країні;
- обмеженість асортименту запропонованих послуг;
- відсутність комплексного бачення країни як перспективної туристичної дестинації;
- недосконалість реклами українських туристичних центрів за кордоном та ін.
- відсутністю цілісної системи державного управління туризмом у регіонах;
- підпорядкованістю закладів розміщення туристів, санаторно-курортних, оздоровчих та рекреаційних закладів, які надають туристичні послуги, різним міністерствам, іншим центральним органам виконавчої влади;
- нечітким визначенням у законодавстві належності підприємств готельного господарства до підприємств, які надають туристичні послуги;
- недостатністю методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави;
- повільними темпами зростання обсягів інвестицій у розвиток матеріальної бази туризму;
- відсутністю відповідних об'єктів для розвитку туристичної діяльності в сільській місцевості;
- невідповідністю переважної більшості туристичних закладів міжнародним стандартам;
- тенденцією скорочення кількості підприємств готельного господарства; незадовільним стан туристичної, сервісної та інформаційної інфраструктури в зонах автомобільних доріг та міжнародних транспортних коридорів;

• незбалансованістю соціальної та економічної ефективності використання рекреаційних ресурсів та необхідністю їх збереження тощо[8].

Зазначені проблеми неможливо вирішити без підтримки держави. Тому на даному етапі до першочергових завдань державних органів управління в галузі туризму можна віднести створення ефективних умов для роботи туристичних підприємств, установ та організацій, що, у свою чергу, потребує: розробки й впровадження прогресивних методів і стандартів туристичного обслуговування; розвитку малого та середнього підприємництва в сфері туризму; підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об'єктів культурної спадщини; зміцнення матеріально-технічної бази туризму; розвитку туристичної інфраструктури; вдосконалення інформаційного та рекламного забезпечення туризму; провадження ефективної інноваційної діяльності; поліпшення кадрового забезпечення в сфері туризму; розширення міжнародної співпраці в туристичній галузі; підвищення іміджу держави на міжнародному рівні.

З огляду на нормативно – правове забезпечення, варто звернути увагу на можливість законодавчого введення на території певних регіонів (наприклад, південного узбережжя Криму, с. Вилкове Одеської області, с. Мигів Миколаївської області, м. Кам'янець-Подільський тощо) спеціального режиму інвестиційної діяльності з метою залучення достатнього обсягу внутрішніх та зовнішніх інвестицій у розвиток туристичної індустрії на цих перспективних територіях. До перспективних інвесторів можна віднести, наприклад, представників численної української діаспори, оскільки в останні роки вони проявляють підвищену зацікавленість до української культури.

Також пріоритетним напрямом державної туристичної політики має бути підтримка галузей і виробництв, що є постачальниками товарів та послуг для підприємств туристичної індустрії – кафе, ресторанів, кінотеатрів, побутових послуг тощо. Особливу увагу в даній сфері слід приділити відродженню, розвитку та підтримці місцевих ремесел, фольклорних і культурних традицій, народних звичаїв, щоб туристи могли повністю відчути український колорит.

Комплексна реалізація поданих заходів, спрямованих на реалізацію туристичного потенціалу України, вимагає як державної підтримки, так і залучення приватного та іноземного капіталу в модернізацію інфраструктури туризму. Україна має великі, а головне реальні, перспективи розвитку туристичної галузі, тому вона може і повинна зайняти одне з чільних місць серед країн – світових туристичних лідерів.

Аналізуючи перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні на наступні десять років, перш за все, необхідно підкреслити, що сучасний туризм - це та сфера економіки і життєдіяльності суспільства в цілому, яка в тій чи іншій мірі інтегрує практично всі галузі. Саме це і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Саме цей фактор повинен стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як тієї галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни в цілому, стимулювати ряд важливих галузей економіки, сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені.

Перспективний розвиток туризму в Україні суттєво вплине на зайнятість населення. Якщо в 2005 році кількість працівників у туристичній галузі складатиме 169 тис. чол., а зайнятість в туризмі з урахуванням інших галузей (транспорт, торгівля, зв'язок та ін.) та тимчасової зайнятості протягом активного туристичного сезону -2,79 млн. осіб, то вже в 2010 році ці показники становлять, відповідно 220 тис. осіб і 3,63 млн. осіб[2].

Подальший розвиток демократії, політична стабільність, визначення пріоритетних напрямків економічного розвитку, майбутній вступ України до НАТО та ЄС - все це за-

безпечить створення високоприбуткової туристичної галузі, яка задовольнить потреби внутрішнього та міжнародного туризму, з урахуванням природнокліматичного, рекреаційного, соціально-економічного та історико-культурного потенціалу країни, її національних особливостей.

Важливими факторами, що впливатимуть у подальшому на розвиток ринку туризму, є демографічні зміни, матеріальний та соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість та багато інших чинників.

Демографічна структура населення України та аналіз вікових груп, які найбільше подорожують, ще раз підтверджують, що в Україні найбільш активна частина населення від 30 до 40 років, на відміну від економічнорозвинених країн, де люди старшої вікової групи (55-60 років) відіграють все більш важливу роль у міжнародному туризмі. Тільки в 2001 році у світі зареєстровано майже 120 млн. прибуттів, здійснених людьми старшого віку. Основними постачальниками цієї категорії туристів є США, Канада, Японія та країни Європейського Союзу. Населення цих країн, незважаючи на швидкі темпи старіння, залишається фізично активним і, що не менш важливо, краще забезпеченим.

Поступове збільшення кількості працюючих, забезпечення більш високого доходу на кожного члена сім'ї, підвищення тривалості оплачуваної відпустки та гнучкість робочого часу поступово розширять такі сегменти туристичного ринку, як поїздки з метою відпочинку і в період відпусток, відвідування тематичних парків і культурних заходів, здійснення ділових поїздок, короткочасних подорожей і маршрутів вихідного дня тощо.

Зростання рівня освіти збільшує потяг людини до знань, зацікавленість іншою культурою викликає бажання подорожувати і отримувати нові враження.

Одним із найважливіших чинників, що впливає на розвиток як внутрішнього, так і міжнародного туризму, є добробут населення. Існує чіткий зв'язок між тенденцією розвитку туризму, загальним економічним розвитком і особистими доходами громадян. Туристичний ринок дуже відчутний до змін в економіці. За стабільних цін зростання особистого споживання на 2,5 % збільшує витрати на туризм на 4 %, а зростання особистого споживання на 5 % - на 10%. Щорічне збільшення доходів громадян України приведе до більш інтенсивної туристичної діяльності і, зокрема, до збільшення кількості споживачів з високими доходами[2].

Забезпечення міжнародної, у тому числі євроінтеграційної діяльності, є невід'ємною складовою реалізації державної політики у галузі туризму. Цілеспрямована та системна діяльність щодо розвитку міжнародних туристичних зв’язків, а також євроінтеграційних процесів в Україні є ефективним механізмом створення сприятливого для розвитку туризму середовища, інтеграції нашої країни у європейську спільноту, ефективного використання туристичних ресурсів, розбудови транскордонної інфраструктурної мережі, розвитку національної економіки та культури[5].

Виходячи з вищесказаного, з метою становлення та формування туризму як перспективної галузі міжнародного бізнесу та визначальним фактором міжнародної конкурентоспроможності національної економіки є проведення ефективної державної політики в даній галузі, в рамках якої була прийнята Державна програма розвитку туризму, завданнями якої є:

1. забезпечення сталого розвитку туристичної галузі та підвищення її частки в макроекономічних показниках;
2. підвищення рівня життя громадян і створення додаткових робочих місць;
3. збільшення частки очікуваних доходів від туристичної галузі у державному бюджеті;
4. підвищення іміджу держави на міжнародному рівні [8].

Національною туристичною політикою визначаються такі напрями розвитку туризму: удосконалення системи управління галуззю; удосконалення нормативно-правової бази туристичної діяльності; зміцнення матеріальної бази туризму; розширення міжнародної співпраці у туристичній галузі; підвищення якості та розширення асортименту туристичних послуг; поліпшення транспортного обслуговування; підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об'єктів культурної спадщини;

поліпшення інформаційного та рекламного забезпечення;

провадження ефективної інноваційної діяльності та створення наукової бази туризму; поліпшення кадрового забезпечення.

Також, одним з найважливіших напрямів державної політики у туристичній галузі є підвищення ефективності інформаційно-комунікаційної інфраструктури, створення позитивного образу України як туристичної держави та активізація просування національного туристичного продукту як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку туристичних послуг завдяки організаційній та фінансовій підтримці підприємств та організацій туристичної галузі з боку центральних і місцевих органів виконавчої влади.

Підсумовуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що з метою досягнення ефективного функціонування туристичної галузі та підвищення за її рахунок міжнародної конкурентоспроможності України, державний сектор має впроваджувати ряд заходів, а саме: формування адекватної нормативно – правової бази; інтенсивне фінансування національної тур індустрії; введення стандартизації та сертифікації суб'єктів туристичної галузі; становлення і розвиток інноваційної діяльності та наукове забезпечення туризму, що сприятиме створенню нових оригінальних туристичних продуктів; комплексне використання та збереження навколишнього природного середовища та культурної спадщини; патріотичне вихованнюя, пропаганда здорового способу життя, зміцнення міжнародного авторитету України як туристичної держави.

Література

1. Дурович А. Маркетинг у туризмі. М.: Нове знання, 2003
2. Кабушкин Н. Менеджмент туризму. М.:. Нове знання, 2002
3. Корнетова Є., Дурович А. Маркетингові дослідження в туризмі: навчальний посібник. М: Нове знання, 2002
4. Туризм в цифрах. 2010: — Україна, Статистика 2010 р.
5. У К А З ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ Про підтримку розвитку туризму в Україні [Электронный ресурс]. − Режим доступа : http://www.tau.org.ua/
6. Перспективи розвитку туризму в Україні і в світі [Электронный ресурс]. − Режим доступа : http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak_13.htm
7. Закон України «Про туризм» [Электронный ресурс]. − Режим доступа : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=973%2F99
8. Державна підтримка експорту [Электронный ресурс]. − Режим доступа : http://ukrexport.gov.ua/ukr

Kyrychenko O.*

CONCEPTUAL APPROACH TO RECONCILIATION OF THE CONTROVERSIAL LINKS BETWEEN INTERNATIONAL ACCOUNTS

Мета даної статті полягає в аналізі протиріч у взаємодії між такими компонентами міжнародних рахунків як рахунок поточних та рахунок фінансових операцій, що входять до складу платіжного балансу країни; розробці концептуального підходу щодо узгодження існуючих протиріч. Автор також висловлює деякі думки з приводу можливого використання запропонованого підходу на практиці.

Ключові слова: рахунок поточних операцій платіжного балансу, рахунок фінансових операцій платіжного балансу, міжнародна інвестиційна позиція, гіпотеза боргового циклу, міжнародні потоки капіталу, тиск в області платіжного балансу.

The purpose of this paper is to analyze the controversial interaction between such components of international accounts as current account and financial account balances; to develop conceptual approach to reconcile those controversial links; and to express some thoughts as to how this approach can be used in practice.

Keywords: current account balance, financial account balance, international investment position, debt-cycle hypothesis, international capital flows, balance of payments pressures.

In today complex and rapidly changing global environment, pre- and post-crisis conditions, we have a rare possibility to witness a further development in the nature of interaction between principal macroeconomic fundamentals, dynamic and economic behavior of which in some cases differ enough from that the traditional economic theory suggests. From the point of view of International Economy the most controversial relations were probably demonstrated by the macroeconomic fundamentals in the context of interaction between, so called, international accounts.

International accounts of a given economy, as they determined in the IMF's Balance of Payments and International Investment Position Manual [1], represent accounts which summarize economic relations between the economy's residents and nonresidents, namely: balance of payments, including current account, capital account and financial account balances, and international investment position, including valuation effects and other changes in volume of foreign financial assets and liabilities.

We find that this topic is extremely important, since we believe that strong and balanced global recovery after the largest financial crisis since the Great Depression is highly depend on, from one side, analysis and reconciliation of those controversial links between economies' international accounts that can not be fully explained by the traditional theoretical approach, and,

* кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин Запорізького національного технічного університету, Фулбрайтівський науковець 2011-2012, Університет Каліфорнії,

© Kyrychenko O., 2012

from another side, on clear understanding of how the acquired knowledge can be exploited to solve the most pressing problems of the modern Global Economy.

Our purpose, thus, is to analyze the controversial interaction between such components of international accounts as current account and financial account balances, to develop conceptual approach to reconcile those controversial links, and to express some thoughts as to how this approach can be used in practice.

A number of surveys and proposals have been already made by governments, international organizations and institutions, private researchers and academic circles from Ukraine and all over the world regarding the mentioned above questions. However, the main source for the exploited in this paper idea is the papers of Ghosh et al. [2], Cline W. [3] and Suranovic S. [4].

But we go further and approach the raised above questions by integrating and jointly analyzing, from one side, the debt-cycle hypothesis and, from another, the taxonomy of capital flows and balance of payments pressures.

Traditional theoretical balance of payments identity based on the principles of double-entry bookkeeping and the summing to zero of balance of payments components suggests that the sum of current account and capital account balances should be conceptually equal to the financial account balance including reserve assets (Equation 1):

$$CAB + KAB = FAB + NRA, \qquad (1)$$

where CAB – current account balance, KAB – capital account balance, FAB – financial account balance (net lending/net borrowing), NRA – net reserve asset transactions.

Accordingly, the financial account in net terms (net lending/net borrowing) demonstrates potential and prospects for external financing of current account and capital account imbalance. Net provision of financial resources to or from the rest of the world measured by the current account and capital account balances must, by definition, be matched by the net inflows or net outflows of capital. A current account surplus, omitting capital account balance which is in many cases insignificant term, should correspond to the net lending to the rest of the world (net outflow of capital), whereas a current account deficit should reflect net borrowing from abroad (net inflow of capital).

However, the recent IMF's World Economic Outlook [5] and Global Financial Stability Report [6] statistics as well as recent papers clearly demonstrate that international capital flows more likely do not respond to the current account imbalances as it is suggested by the general balance of payments identity. Thus, in this case «The law of communicating vessels» does not work in practice properly. The most frequent explanation for this lies in the presence of statistical errors and omissions. But what if these statistical discrepancies become increasingly excessive? They are difficult to explain. «Dark Matter», «Black Holes», «Missing Links», «White Spots» in the theory? Which of the listed above possible explanations? Whatever, individual economies continue experiencing what in 1998 George Soros aptly defined as «the untenable discrepancy between the trade account and the capital account» [7].

Meanwhile in today globalized world of hot money and speculative capital, high mobility of capital flows and weakening budget constrains, there are a variety of different «pull» and «push» factors that perhaps are not aware that the international capital flows are aimed exactly in financing of the current account imbalances. For example, capital inflows, that recently have created significant new challenges for macroeconomic management and financial stability for the major Emerging market economies, can be attributed not only to the domestic developments

in the recipient countries alone, such as increasing extent of financial openness, strong growth prospects, growing productivity and so on. They also reflect the role of push factors originated in the source countries (stance of monetary and fiscal policies, state of financial markets, overall economic performance) and Global economy in general (the pace and trends in the integration processes, economic and financial globalization). As a result, direction and destination of international capital flows could change significantly.

The above discussion makes it necessary to define all theoretically possible combinations of the interaction between the current and financial account balances and thus circumstances which an individual economy might fits in. One way to solve this problem is to approach it from the perspective of differences in the nature and source of balance of payments pressures, usually defined as sum of net total flows of non-reserve capital and the current account balance.

Based on this approach Ghosh et al. [2] developed a flow-based conceptual taxonomy of capital flows and balance of payments pressures and presented five different circumstances (cases) according to all possible combinations of current account balance and net total non-reserve capital flows. For characteristics and description of the cases see Table 1. For visual representation of two-dimensional taxonomy and segmentation of cases see upper chart of Figure 1.

The foregoing discussion allows drawing two important observations. First, as it can be seen, both current account deficits and surpluses can be followed – with varying intensity – by both net inflows and outflows of capital, i.e. current account deficits are not necessarily accompanied by the net capital inflows, whereas the surpluses – by the net capital outflows.

Table 1.
Distinctive features of the Taxonomy's Cases

CASE No	Characterized by	Balance of Payments Pressures	Description
CASE 1	CA Deficit $\gg$ Net Borrowing	*Negative* CA Deficit dominates	Capital Inflows to finance CA Deficit
CASE 2	CA Deficit $<$ Net Borrowing	*Positive* Dominating Capital Inflows	Speculative Capital Inflows in search of Higher Rate of Return
	CA Surplus $<$ Net Borrowing		
CASE 3	CA Surplus $\gg$ Net Borrowing	*Positive* CA Surplus dominates	Capital Inflows accompany CA Surplus
	CA Surplus $\gg$ Net Lending		CA Surplus is offset by Capital Outflows
CASE 4	CA Surplus $<$ Net Lending	*Negative* Dominating Capital Outflows	Capital Outflows exceed CA Surplus
CASE 5	CA Deficit $\gg \ll$ Net Lending	*Negative* CA Deficit and Capital Outflows may dominate on equal	Capital Outflows and CA Deficit may be equally large

Source: Compiled from *Ghosh et al., 2008*

In support of their approach authors of the taxonomy presented descriptive statistics of observations over countries under particular cases (Table 2).

Although the number of countries that facing balance of payments pressures specific to Case 1 and Case 3 is substantial, the number of countries in Case 2 is equal to the sum of countries in the two previous cases. Cases 4 and 5 also include dozens of countries. Thus, other things being equal, conceptual taxonomy of capital flows and balance of payments pressures, which helped to define and visually present mentioned above circumstances, is proved to be evidently right and useful.

And the second, only two out of five cases are seem to be the most acceptable and justified from a theoretical point of view, namely Case 1 and partially Case 3. According to the Case 1, net capital flows, by and large, emerge in response to a need for current account deficit financing. This situation is mapped to the north-west quadrant below 45-degree line of taxonomy. And only one half of taxonomy's segment in Case 3 can also be theoretically proved. This triangular segment is located in south-east quadrant above 45-degree line and corresponds to the situation, where current account surplus is balanced by the net capital outflows. Both segments are shadowed in the presentation of taxonomy on Figure 1.

Table 2.
Descriptive statistics of current account, capital flows and balance of payments pressures

	1989-2007			1999-2007		
	Current account balance	Total capital flows	BOP pressures	Current account balance	Total capital flows	BOP pressures
	Case 1			Case 1		
Number of observations	181	181	181	81	81	81
Mean	-6.8	3.9	-2.9	-5.5	3.8	-1.8
Standard deviation	7.5	4.1	6.4	4.0	3.1	2.2
	Case 2			Case 2		
Number of observations	447	447	447	223	223	223
Mean	-3.7	7.0	3.3	-4.1	7.7	3.5
Standard deviation	4.3	5.7	3.6	5.3	6.1	3.2
	Case 3			Case 3		
Number of observations	158	158	158	112	112	112
Mean	6.3	-1.8	4.5	7.0	-2.1	4.9
Standard deviation	5.3	4.2	3.4	5.7	4.6	3.5
	Case 4			Case 4		
Number of observations	38	38	38	20	20	20
Mean	3.6	-5.8	-2.1	5.1	-7.3	-2.2
Standard deviation	3.2	4.2	2.8	3.5	5.0	3.3
	Case 5			Case 5		
Number of observations	36	36	36	14	14	14
Mean	-3.1	-1.7	-4.8	-1.6	-1.8	-3.3
Standard deviation	3.4	1.4	3.4	1.5	1.7	1.7

Source: *Ghosh et al. 2008*

At the same time, authors also emphasize two caveats of the approach. They discuss that the two dimensional taxonomy does not left the room for so necessary under modern circumstances consideration of the net international investment position dynamics. And while authors analyze how net foreign asset position modify the appropriate for each of the cases policy responses when relevant, and include controls to take account of it in their empirical examination, we propose our solution to address this caveat and, at the same time, a conceptual approach aimed to understand modern pattern of current account and financial account balances reconciliation.

Our idea is to integrate the discussed above conceptual taxonomy of capital flows and balance of payments pressures and debt-cycle hypothesis (the lower chart of Figure 1 and Table 3), a conceptual framework that, from one side, relates current account balance to the dynamics of economy's net international investment position, whereas, from another side, links all possible combinations of current account deficits/surpluses and net foreign asset/liability positions to the certain stages of a country's development.

Following Suranovic S. [4] and Cline W. [3], it is possible to define four situations that any country can match in the corresponding period of its development: i) young debtor nation, ii) mature debtor nation, iii) young creditor nation, and iv) mature creditor nation. Table 3 demonstrates stages of the international debt cycle as well as their optimal theoretical characteristics in the context of balance of payments components.

Table 3.
Debt-cycle stages and their characteristics

	Current Account Deficit	**Current Account Surplus**
Net Foreign Liabilities (foreign assets < foreign liabilities)	**Young Debtor** *- consumes more than produces* *- experiences CA deficit* *- experiences net capital inflow* *- increases net foreign liabilities* *- experiences negative net investment income (net outflow)*	**Mature Debtor** *- spends less than produces* *- rises CA surplus* *- experiences net capital outflow* *- repays net foreign liabilities* *- diminishes net outflow of investment income*
Net Foreign Assets (foreign assets > foreign liabilities)	**Mature Creditor** *- consumes more than produces* *- rises CA deficit* *- rises net capital inflow* *- reduces net foreign assets* *- diminishes net inflow of investment income*	**Young Creditor** *- spends less than produces* *- decreases CA surplus* *- reduces net capital outflow* *- accumulates net foreign assets* *- experiences positive net investment income (net inflow)*

Source: Compiled from *Cline (2005), Suranovic (2009)*

From one side, debt-cycle hypothesis includes only traditional net capital flows which offset correspondent current account deficits or surpluses, and yet relates the latter to the dynamics of economy's net international investment position. From another side, taxonomy demonstrates a greater variety of combinations for differed in nature and intensity net capital flows related to the current account deficits and surpluses. From this perspective, it seems to be

quite reasonable to integrate both approaches on the basis of their direct connection with the current account balance (Figure 1).

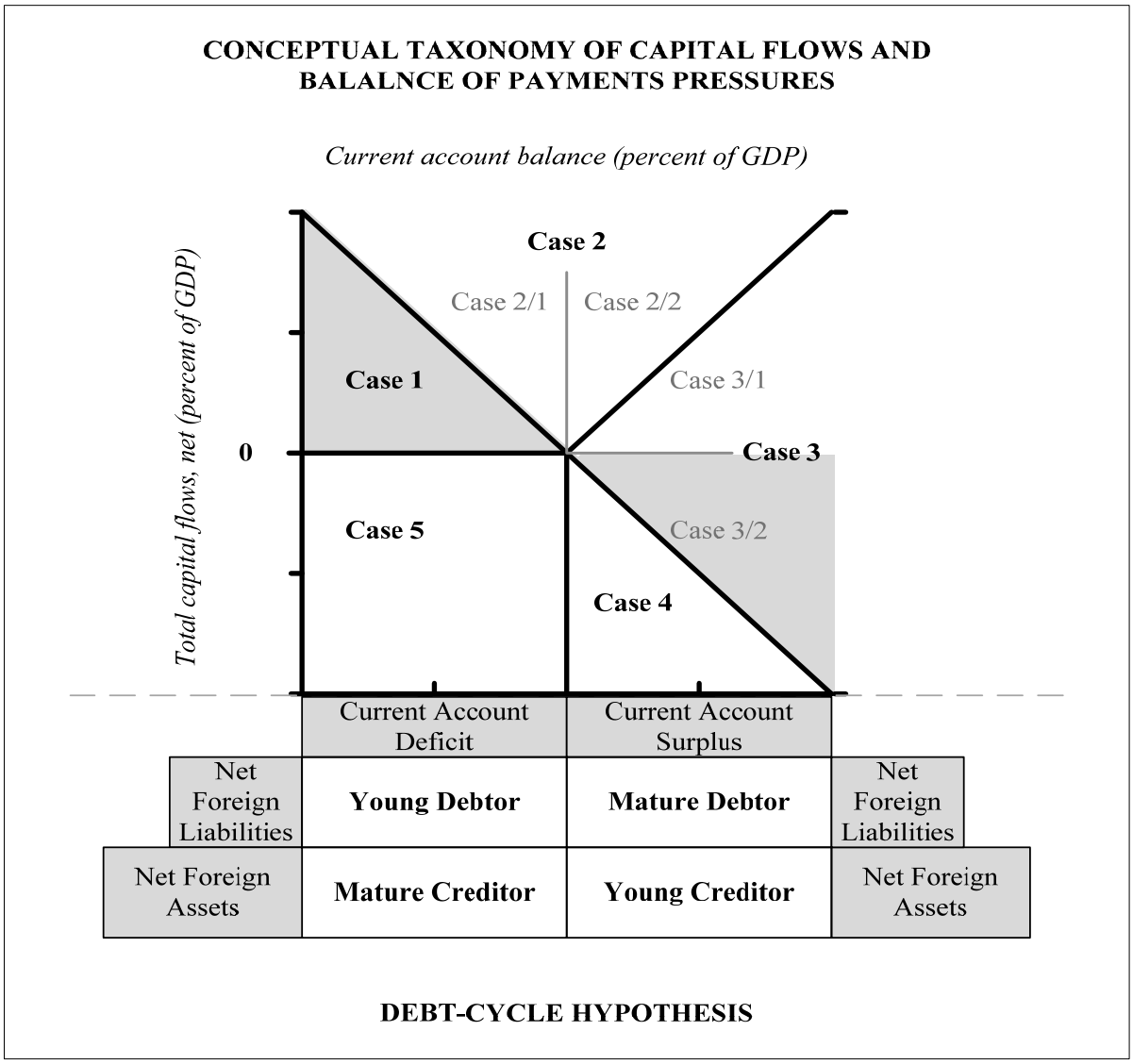


Figure 1. Taxonomy of capital flows and balance of payments pressures and Debt-cycle hypothesis – Presentation of integrated approaches (compiled by author)

Figure 1 gives a comprehensive overview of all possible combinations between such components of balance of payments international accounts as current account balance, financial account balance and net international investment position.

Analysis of the presented scheme took place in two steps. First, individual stages of the debt-cycle hypothesis through the corresponding current account balances were related with all possible according to taxonomy capital flows and balance of payments pressures directions and scales of net capital flows. Then, we estimated the effect of net capital flows on the dynamics of net international investment positions specific to one or another debt-cycle stages. Table 4 summarizes the results of undertaken analysis.

Table 4.
Results of the joint analysis of Debt-cycle hypothesis and Taxonomy of capital flows and balance of payments pressures

Debt-Cycle Stages		Characterized by		Experience Capital Flows which according to Taxonomy correspond to			
I	Young Debtor	CA Deficit	Net Foreign Liabilities	Case 1 – Net Capital Inflows	Case 2/1 – Net Capital Inflows	Case 5 – Net Capital Outflows	
				and lead to			
				Increase	Increase	Decrease	
IV	Mature Creditor		Net Foreign Assets	Case 1 – Net Capital Inflows	Case 2/1 – Net Capital Inflows	Case 5 – Net Capital Outflows	
				and lead to			
				Decrease	Decrease	Increase	
II	Mature Debtor	CA Surplus	Net Foreign Liabilities	Case 2/2 – Net Capital Inflows	Case 3/1 – Net Capital Inflows	Case 3/2 – Net Capital Outflows	Case 4 – Net Capital Outflows
				and lead to			
				Increase	Increase	Decrease	Decrease
III	Young Creditor		Net Foreign Assets	Case 2/2 – Net Capital Inflows	Case 3/1 – Net Capital Inflows	Case 3/2 – Net Capital Outflows	Case 4 – Net Capital Outflows
				and lead to			
				Decrease	Decrease	Increase	Increase

Thus, by integrating taxonomy of capital flows and balance of payments pressures, from one hand, and debt-cycle hypothesis, from another, we developed conceptual approach that on the basis of triangular interconnections between main components of the international accounts allows (i) to reconcile controversial interaction between such components of balance of payments as current account and financial account balances, and (ii) to define different circumstances according to all possible in practice combinations of current account balance and net total non-reserve capital flows that can not be fully explained by the traditional theoretical approach.

Another extremely important outcome of the developed approach is that it emphasizes the crucial role of the net international investment position (net foreign assets/ net foreign liabilities) in reconciliation of the controversial links between current account and financial account balances. Otherwise, achievement of this goal, using only the balance of payments traditional theoretical identity, would be impossible.

Indeed, since balance of payments data reflect only the volume of transactions over a certain period of time, quarter or year, they represent the flows and, therefore, cannot be used as true ground for reconciliation. Together with data on flows for these purposes one should use the cumulative over time data on the volume of performed transactions, i.e. indicators of stocks. Thus, in determining of different circumstances according to all possible in practice combinations of current account imbalances and international capital flows, that traditional economic theory fails to explain, one should also take into account net international investment position.

In this connection, developed conceptual approach may definitely have at least one practical implication. By relating different in nature, scale and intensity net capital flows to the net international investment position, it enables to track the dynamics and direction of the latter more accurately, than it would be possible on the basis of the traditional theoretical approach. Indeed, traditional theoretical analysis supposes quite direct effect of current account deficits and surpluses on net international investment position through only two possible net capital flows – in-

flows and outflows, respectively. Whereas presented above concept provides much more diversified approach.

In addition, more accurate dynamics of the net international investment position can then be placed within the different combinations of factors negatively influencing sustainability of current account balance in each of the debt-cycle stages. And since the stabilized at a certain level ratio of net international investment position to GDP is considered by many researchers as one of the more operational measures of current account balance sustainability, our approach, through the more in-depth modeling of interaction between such components of international accounts as current account balance, financial account balance and net international investment position, allows a more precise interpretation of the external sustainability in different circumstances and conditions.

Moreover, since the international accounts may be considered as the concentrated reflection of all the existing problems of individual economies in general or their domestic sectors economic development, as evidenced by the System of National Accounts [8] and the Balance of Payments [1] general identities, the presented paper is supposed to have an important theoretical significance, as well as practical implications.

All conclusions drawn from the undertaken analysis are intuitive and narrative, and therefore require further verification and justification, based on extensive use of statistical material and conduct of econometric research.

REFERENCES

1. Balance of payments and international investment position manual. Sixth Edition (BPM6). – [Washington, D.C.]: International Monetary Fund, 2009. – 351 p.
2. Ghosh A. Capital Inflows and Balance of Payments Pressures – Tailoring Policy Responces in Emerging Market Economies / A. Ghosh, M. Goretti, B. Joshi, U. Ramakrishnan, A. Thomas, J. Zalduendo // IMF Policy Discussion Paper. – 2008. – PDP/08/2. – 19 p.
3. Cline, W. The United States as a Debtor Nation: Risks and Policy Response. – [Washington: Peterson Institute Center for Global Development and Institute for International Economics], September, 2005 – 244 p.
4. Suranovic S. International Economics: Theory and Policy [Електронний ресурс] – 2009 . – Режим доступу: http://www.flatworldknowledge.com/node/223365?
5. World Economic Outlook Database [Електронний ресурс] – [Washington, DC: International Monetary Fund], September, 2011. – Режим доступу: http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2011/02/weodata/index.aspx
6. Statistical Appendix // Global Financial Stability Report [Електронний ресурс] – [Washington, DC: International Monetary Fund], September, 2011. – Режим доступу: http://www.imf.org/external/pubs/ft/gfsr/2011/02/pdf/statappx.pdf
7. Soros G. The Crisis of Global Capitalism: Open Society Endangered / G. Soros. – PublicAffairs, 1998 – p. 245
8. System of National Accounts 2008 : [EC, IMF, OECD, UN, WB]. – New York, 2009. – 662 p.

Крикун В.*

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СУТНОСТІ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ЯК СИСТЕМИ ТА ОБ'ЄКТУ УПРАВЛІННЯ

Новою сходинкою розвитку економіки XXI століття стала її переорієнтація з матеріальних ресурсів на нематеріальні, з масового виробництва на задоволення індивідуальних потреб споживача за допомогою інформаційних продуктів. В основу нової економіки покладений нематеріальний капітал установ, який сьогодні приносить більші прибутки компаніям, аніж їх матеріальні активи. Тобто, конкурентні переваги забезпечують шляхом створення унікальних ідей, технологій, методів просування, а вартість установи збільшується завдяки вдало сформованим і ефективно регульованим нематеріальним активам. Увага до нематеріальних активів обумовлена посиленням ділової конкуренції, глобалізацією торгівлі, приходом інформаційних технологій. Ці фактори значною мірою змінили структуру корпорацій і поставили нематеріальні активи на перше місце у структурі об'єктів, які підвищують потенціал вартості бізнесу.

Нематеріальні активи — це особливий вид необоротних активів; вони не наділені фізичною (матеріальною) основою, але мають вартість, оскільки здатні приносити власнику дохід. Цінність нематеріальних активів базується на правах та привілеях власників. Основні характерні риси нематеріальних активів такі: відсутність матеріально-речової (фізичної) структури; використання протягом тривалого часу; здатність бути корисними для установи; високий ступінь невизначеності розмірів можливого в майбутньому прибутку від використання такого активу.

До нематеріальних активів належать: різні права підприємства на об'єкти власності: патенти (права на винахідництво), товарні знаки, торговельні марки, бренди, авторські права, ліцензії; програмне забезпечення ЕОМ; наукові дослідження та дослідно-конструкторські розробки; ноу-хау; ділова репутація або ціна фірми — гудвіл.

Дослідники в галузі нематеріальних активів не приходять до єдиної думки з приводу визначення даного терміну. В різних літературних джерелах під цим поняттям виступають і накопичений досвід, і запас знань, і інтелектуальний капітал. Це інновації, нові розробки, організаторський капітал і людські ресурси. Нематеріальні активи – це інтелектуальна власність установи, яка включає винаходи, організаційну діяльність і людський ресурс.

В найширшому розумінні нематеріальні активи – це специфічні активи, які характеризуються неосяжністю, тривалістю використання і здатністю приносити прибуток. [1] Словник з економіки визначає нематеріальні активи як власність, яка не має фізичної форми. [3] В Інструкції з бухгалтерського обліку основних засобів і нематеріальних активів банків України нематеріальним активом називається актив, який не має матеріальної форми, може бути ідентифікований та утримується банком з метою використання у своїй діяльності понад один рік (або один операційний цикл, якщо він перевищує один рік) в адміністративних цілях або надання в лізинг (оренду) іншим особам.

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

© Крикун В., 2012

Також, існує точка зору, згідно якої нематеріальні активи не є активами у повному розумінні, тобто активами, котрі мають чітко визначену цінність і можуть бути проданими. Адже, велику кількість нематеріальних активів складно оцінити, деякі не можуть існувати окремо від установи, наприклад, ділова репутація. Але, все ж таки, більшість таких активів є відчужуваними, які можна купити і продати, наприклад, патенти і торговельні марки. Також, вважається, що майбутні економічні вигоди, пов'язані з нематеріальними активами, не можна точно і об'єктивно оцінити, тому у сфері бухгалтерського обліку існують противники включення нематеріальних активів до балансу установи.

У літературі виділяють шість найбільш розповсюджених сучасних підходів до класифікації нематеріальних активів. (табл. 1.) [1]

Таблиця 1.
Підходи до класифікації нематеріальних активів

Ознака класифікації		Економічна сутність	Сфера застосування
За строками корисного використання	Функціонуючі	Нематеріальні активи, використання яких приносить установі поточний прибуток	Підхід використовується при плануванні і прогнозуванні
	Не функціонуючі	Нематеріальні активи, які не використовуються зараз, але можуть бути використані в майбутньому	
За критерієм обіговості	Поточні	Нематеріальні активи, які використовуються в діяльності установи не більше року	Так класифікація застосовується в основному при складанні звітності
	Довгострокові	Нематеріальні активи, які використовуються установою більше року	
За ступенем відчужуваності	Відчужувані	Активи, які мають здатність повністю передаватися при їх продажі	Класифікація застосовується в основному при рішенні щодо купівлі-продажу
	Невідчужувані	Активи, котрі залишаються у власності установи-володільця при частковій передачі прав на їх використання	
За ступенем впливу на фінансові результати установи	НМА з прямим впливом	Нематеріальні активи, котрі здатні приносити прибуток за рахунок введення їх в експлуатацію	Класифікація застосовується під час процесу діяльності
	НМА з опосередкованим впливом	Нематеріальні активи, котрі впливають на фінансові результати установи опосередковано	
За ступенем правового захисту	Захищені	Нематеріальні активи, котрі захищені охоронними документами	Класифікація застосовується під час процесу діяльності та рішенні щодо купівлі-продажу
	Не захищені	Нематеріальні активи, які не захищені охоронними документами	
В залежності від джерела придбання	Власні	Нематеріальні активи, розроблені співробітниками установи	Класифікація застосовується під час процесу діяльності та рішенні щодо купівлі-продажу, складанні звітності
	Пайові	Нематеріальні активи, розроблені спільно з іншими фізичними або юридичними особами на пайових засадах	
	Придбані	Придбані нематеріальні активи, отримані від інших фізичних або юридичних осіб.	

Нематеріальні активи загалом складають збалансовану систему елементів, що їх утворює. До таких елементів можна віднести інтелектуальну власність[1], людські ресурси[2], інфраструктурні[3] та ринкові активи[4]. Останні забезпечують компанії найкращі конкурентні переваги. Одним з найвідоміших і важливих ринкових активів є бренд, який, на нашу думку, суттєво вирізняється серед інших елементів в системі класифікації нематеріальних активів з огляду на сучасний розвиток світового господарства.

На сьогодні збільшення нематеріальних активів в середньому майже в чотири рази випереджає збільшення матеріальних. А угоди з купівлі-продажу установ характеризуються перевищенням вартості купівлі над сумою їх матеріальних активів. Збільшення обсягу матеріальних активів обмежується економією масштабу чи розмірами установи. Можливість нематеріальних активів приносити доходи стримується тільки ємністю ринку. На початковому етапі вартість нематеріальних активів дорівнює нулю. Деякі науковці стверджують, що вигоди від нематеріальних активів демонструють зростаючий ефект масштабу, так як знання кумулятивні, а ідеї, які виникали раніше, складаються з новими і дають позитивні ефекти, тоді як матеріальні об'єкти амортизуються і потребують заміни. Тому, навіть якщо інвестиції, вкладені в нематеріальні активи, не витримують поточної конкуренції, вони будуть слугувати для розробки нових проектів і не втратять своєї корисності. Тобто, нематеріальні активи мають великий майбутній потенціал і сприяють збільшенню вартості установи.

З огляду на зазначене, автор вважає, що нематеріальні активи можна визначити як активи, які не мають фізичного вираження, але створюють додатковий прибуток установі, який виражається не тільки у збільшенні грошової суми прибутку, але й у зменшенні ступеню впливу таких зовнішніх непередбачуваних чинників як асиметрія інформації, можливі трансакційні витрати та діяльність конкурентів на ринку.

На сьогодні також актуальним є визначення нематеріальних активів як об'єкту управління, оскільки дані активи є пріоритетними при розробці стратегії діяльності всієї установи за сучасних умов розвитку ринку. Ефективна розробка процесу управління і просування на ринок компанії і одного з найвагоміших складових нематеріальних активів – бренда є запорукою успішної діяльності. Бренд – це спосіб найбільш швидкого розповсюдження інформації про установу. Один з основних факторів, які впливають на розвиток бренда – це його об'єктивна оцінка, оскільки різниця між ринковою капіталізацією і чистою вартістю матеріальних активів пояснюється вартістю активів нематеріальних, більшу частину яких складає бренд. Ознаками сильного бренда, вагомої частини всіх нематеріальних активів установи є, по-перше, той факт, що ціна брендованого продукту на 15-40% більша за ціну на аналогічні продукти, які не є брендами. По-друге, брендований продукт може зайняти більшу частку ринку ніж аналогічний товар під торговельною маркою, яка не є брендом. По-третє, у брендів-установ більша частина клієнтів є постійно лояльною, в той час, як у звичайних торговельних марок рівень абсолютної лояльності

---

[1] Інтелектуальна власність є юридичною основою захисту прав, і включає ноу-хау, патенти, авторські права, торговельні марки. Винаходи захищають ліцензіями, нові продукти – патентами, ім'я – торговельною маркою.

[2] Під людськими ресурсами розуміють робочу силу, менеджмент установи. Це сукупність знань, вмінь, здібностей і професіональних якостей співробітників. Людські ресурси не відображаються у складі активів фірми, але можуть суттєво вплинути на ефективність роботи установи.

[3] Інфраструктурні активи включають технології, методи і процеси, котрі забезпечують роботу підприємства, фінансову структуру, бази даних, методи оцінки ризику, комунікаційні системи.

[4] Ринкові активи – це, бренди, торговельні марки, фірмові найменування, прихильність споживачів, канали розподілу, ділова репутація тощо.

дуже низький. Також, попит на брендовану продукцію росте значно більшими темпами, ніж на інші товари, а установи-бренди несуть значно менші ринкові ризики пов'язані з асиметрією інформації, трансакційними витратами і діями конкурентів. Очевидним є те, що всі установи прагнуть досягти успіхів у діяльності щодо створення і управління брендом, адже світові тенденції у сфері купівлі-продажу бізнесу свідчать, що вартість нематеріальних активів у загальній вартості установи становить від 40 до 90%. Про це свідчать, наприклад, регулярні рейтинги вартості міжнародних банківських брендів. Кожен виробник намагається привернути увагу споживачів, для чого використовує різні засоби маркетингових комунікацій: рекламу, стимулювання попиту, персональні продажі і формування суспільної думки. Задля ефективного управління своїми нематеріальними активами банки розробляють власні унікальні стратегії розвитку, проводять дослідження та аналіз ринку, конкурентів та своїх клієнтів. Маркетинг стає концептуальною лінією поведінки комерційного банку, накладає відбиток на всю сферу його діяльності та структуру управління. З розвитком маркетингу посилюється також вплив банку на споживачів банківських послуг. Концепція банківського маркетингу характеризує мету діяльності банку на банківському ринку[5]. Маркетингові програми застосовують у діяльності банку, щоб встановити реальні цілі, співвідношення з фактичними потребами ринку і досягти їх, викори¬стовуючи всі можливості, які є в розпорядженні установи.

У сучасному світовому господарстві банківські ринки відрізняються від інших ринків підвищеними вимогами до їх учасників та серйозними бар'єрами, які доводиться переборювати, аби вийти на ці ринки та утриматися на них. Для таких ринків характерні висока дохідність і привабливість, сильна конкуренція, використання складних фінансових схем та операцій, які потребують глобальної партнерської взаємодії учасників ринку та застосування найсучасніших операційних технологій. Останніми роками ці ринки вирізняються надзвичайним динамізмом та інтернаціоналізацією економічних процесів, що супроводжується проникненням банків на закордонні ринки та їх конкуренцією з місцевими банками та глобалізацією банківської конкуренції.

Отже, будучи учасниками таких відносин, для того щоб зайняти лідируючі позиції кожен банк формує і встановлює загальні цілі, котрі згодом перетворюються в конкретні маркетингові цілі банку. В свою чергу, виходячи з маркетингових цілей будуть формуватися стратегії маркетингу та виявлятися конкретні інструменти маркетингу для виконання поставлених задач.

Маркетинговий підхід до банківської справи полягає в такому плануванні та здійсненні заходів щодо ство¬рення, поширення і просування до споживачів банківських послуг та продуктів, коли при взаємовигідному дотриманні інтересів споживачів банку останній успішно досягає поставлених цілей. Цей підхід передбачає орієнтацію на споживача та професійну гнучкість у реагуванні на потреби в банківських послугах. Для реалізації маркетингового під¬ходу в діяльності банку необхідно постійно виконувати ряд властивих йому функцій. Серед них — розробка й реалізація маркетингової стратегії, збір та обробка зовнішньої і внутрішньої інформації, створення нових банківських продуктів, просування їх до споживачів, а також управління всім комплексом маркетингових заходів у банку.

[5] На сьогодні банківський маркетинг можна розглядати як філософію, стратегію і так¬тику банку, що спрямовані на ефективне задоволення потреб, запитів і сподівань, вирішення проблем існуючих і потенцій¬них банківських клієнтів шляхом успішної реалізації на ринку банківських продуктів, які враховують тенденції розвитку ринку та приносять користь суспільству завдяки управлінню активами і пасивами, прибутками і витратами, ліквідністю банку, рівнем ризику його операцій. Таким чином, банківський маркетинг – це систе¬ма управління, організації діяльності банку, його бренду, ідеології, стратегії, так¬тики й політики, відповідно до якої вся його діяльність орієнтується на ринок. [4]

Оскільки отримання доходів на ринку банківських послуг є головною метою діяльності будь-якого банку, маркетингова стратегія, природно, є основою всього стратегічного планування. Особливості банківської стратегії зумовлені специфікою банківського продукту: його абстрактністю, вартісною формою вираження, договірним характером відносин із “покупцями", а також головними цілями діяльності комерційного банку, такими як стабільна прибутковість, універсальність, міжнародне визнання, провідна роль в обслуговуванні національної економіки, висока якість банківських про¬дуктів, повна довіра клієнтів, надійність.

Кожний комерційний банк сти¬кається з необхідністю розробки та проведення власної стратегії, одним із першочергових завдань якої є створення свого, неповторного іміджу. Ключові напрями в цій справі — модернізація техніки, обладнання, при¬міщень банку, постійна робота з персоналом на всіх рівнях. Важливим фактором є постійні контакти працівників банку з клієнтами. Розробляючи стратегію, банк зазвичай враховує сильні та слабкі сторони конкурентів — як банків, так і інших кредитно-фінансових установ, а також власний потенціал порівняно з можливостями його конкурентів. Важливо, щоб концепція банківського маркетингу була інтегрована[6] на всіх рівнях організаційної структури банку.

Серед сучасних маркетингових продуктів, які використовують фінансові установи задля просування своїх послуг, можна виділити не лише такі новітні системи розповсюдження і доставки банківських продуктів як Інтернет-Банк, SMS-Банк, керування рахунком за допомогою телефону, e-mail повідомлень, створення відділень самообслуговування, нічний банкінг, private-banking, та багато інших які користуються широким попитом і круто змінюють уявлення про мережу банківського обслуговування, але й такий найбільш популярний і масштабний маркетинговий інструмент як брендинг[7] банківських установ. За допомогою таких нових послуг та інструментів установи мають можливість розширити коло своїх споживачів. Адже більшість банків характеризується наявністю саме монобренда, який ускладнює цю процедуру. Недоліки монобренда перед мультибрендом полягають у відсутності різноманітності у індивідуалізованих продуктах, наявності лише однієї ідеї розвитку та концепції дизайнерського рішення установи, що може призвести до втрати цілих сегментів ймовірних споживачів, адже смаки і вподобання останніх дуже різняться і швидко змінюються. В той самий час, монобренди мають і свої переваги. У зв’язку з тим, що міжнародна банківська установа у всіх країнах своєї присутності має однакову назву, бренд, логотип, знижуються затрати на рекламу. По-друге, в деяких країнах міжнародні банки навіть сплачують менший податок, а по-третє, єдиний бренд підвищує впізнавання банку серед клієнтів, котрі подорожують, або перебувають у відрядженнях у різних країнах.

З огляду на зазначене, автор вважає, що банківські моно бренди потребують диверсифікації, яка полягає в ефективному розвитку бренда і управління ним. Управління брендом включає в себе розробку концепції бренда, позиціонування, якісний і кількісний аналіз управлінських рішень, розвиток ідентичності бренда, його атрибутів і комунікацій, аудит бренда, необхідність у зміні архітектури останнього, репозиціонування бренда, вимір його вартості, прихильності до нього, аналіз результатів бізнесу та ін..

---

[6] Інтегрований маркетинг містить як маркетинг, зорієнтований на клієнта, так і маркетинг, зорієнто¬ваний на вдосконалення роботи служб і підрозділів банку, включаючи голо¬ву правління банку. [4]

[7] На сучасному етапі розвитку міжнародного банківського ринку поняття брендингу посіло чільне місце. Керівники міжнародних банків по-іншому стали розглядати торгову марку, бренд та імідж банку. Вони розуміють, що брендинг – це засіб, який допомагає у деякому розумінні впливати на почуття потенційних клієнтів, складати образ банку на інтуїтивному рівні та залучати їх як покупців своїх послуг.

Як підсумок, зазначимо, що в загальній системі нематеріальних активів автор виділяє головний елемент – бренд, який розглядаємо як вагомий інструмент підвищення вартості банку в умовах асиметричного розвитку міжбанківської конкуренції. Зовсім нещодавно його почали розглядати як обов'язковий об'єкт управління, який допомагає вирішувати не тільки питання маркетингового характеру, але й контролювати і направляти діяльність всієї установи, що свідчить про високу ефективність і вартість системи нематеріальних активів в цілому і бренда зокрема у загальній структурі активів установи.

Література

1. Козырев А. Н. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности / А. Н. Козырев, В. Л. Макаров. − М. : РИЦ ГШ ВС РФ, 2003.
2. Крикун В. Нематеріальні активи як фактор підвищення вартості установ / В. Крикун // Глобальна економіка і посткризовий період та Україна : зб. тез доп. − Тернопіль, 2011. – С. 193−195.
3. Словарь по экономике / Под ред. П. А. Ватника; пер. с англ. − СПб. : Экономическая школа, 1998. − 752 с.
4. Штейн О. Суть та особливості стратегії банку на ринку банківських послуг / О. Штейн // Вісник НБУ. − 2007. − № 11.

Кузнецов А.*

УГРОЗА УТРАТЫ НАЦИОНАЛЬНОГО СУВЕРЕНИТЕТА В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

С крахом Бреттон-Вудской системы, вызванным неспособностью США обеспечить соблюдение ее главных принципов - конвертации доллара в золото и поддержания режима фиксированных курсов в сфере межгосударственных отношений - финансовая дерегуляция, выраженная в снятии ограничений на международное движение капитала и отмене валютного контроля в глобальных масштабах, значительно способствовала интеграции большинства стран мира в международную финансовую систему в течение 1990-2000-х годов. Либерализация финансовых рынков сопровождалась развитием финансовых инноваций, связанных с разработкой новых комплексных производных финансовых инструментов. Растущее участие финансовых ресурсов в спекулятивных операциях ослабило мотивацию предприятий нефинансового сектора в повышении своей производительности, разработке новых технологий, долгосрочном корпоративном планировании, поскольку участие в образовании спекулятивных «пузырей» позволило им получать краткосрочные прибыли без процесса производства [1].

Глобальный финансовый и экономический кризис 2008-2009 годов стал отражением последовательных системных ошибок в функционировании финансовых рынков и перекосов в осуществлении глобальной экономической политики. Негативные последствия кризиса на рынке субстандартных ипотечных кредитов в США распространились практически на весь мир, нанеся ощутимый ущерб производству, занятости и поддержанию жизни во многих уголках планеты, что подорвало доверие к универсальности применения принципов неолиберальной доктрины в развитии суверенных государств [2].

Стремительный рост массового спроса на различные финансовые продукты в мире происходил параллельно с усилением феномена так называемой информационной асимметрии - отрыва действий операторов финансовых рынков от потребностей развития реального сектора экономики с целью получения сверхприбылей за счет опережающего использования стратегической информации, недоступной широкому кругу участников рынка, - что фактически превратился в системообразующий фактор развития процессов финансовой глобализации [3]. Одну из ключевых ролей в распространении феномена информационной асимметрии и зарождении мирового финансового кризиса сыграли три самые влиятельные рейтинговые агентства мира – «Standard and Poor's», «Moody's» и «Fitch». Все три агентства являются американскими и входят в структуры крупных информационных и инвестиционных холдингов. Рейтинги, которые присваиваются агентствами, играют ключевую роль при оценке и регулировании банков, страховых обществ и пенсионных фондов, акций, облигаций и других финансовых продуктов, с помощью которых привлекаются ресурсы на международных рынках капитала. При этом агентства получают информацию, которая недоступна для рядовых аналитиков и участников рынка,

* кандидат економічних наук, старший науковий співробітник Института світової економіки та міжнародних відносин НАН України

© Кузнецов А., 2012

что породило олигополистический информационный рынок, на котором инвесторы полагаются на кредитный рейтинг в условиях ограниченных возможностей для проведения собственного анализа [4].

Специфика современного мирового финансового рынка состоит в том, что, будучи доступным и открытым для всех стран, стоимость привлечения финансовых средств неодинакова и зависит от оценки суверенных рисков, которые определяются вышеупомянутыми рейтинговыми агентствами, фактически подчиненными США [5]. Не в последнюю очередь благодаря такому положению вещей США и Великобритания (в которой расположены европейские штаб-квартиры указанных агентств, а также рассчитывается важнейшая в мире процентная ставка межбанковского кредитования – ЛИБОР, служащая основой для установления спрэда по международным займам) выступают сегодня наиболее привлекательными странами для иностранного инвестирования [6]. Примером проявления информационной асимметрии является резкое подорожание во время кризиса стоимости внешних заимствований в развивающихся странах, несмотря на беспрецедентное снижение стоимости рефинансирования со стороны центральных банков ведущих индустриальных стран мира (ФРС США, Банка Англии, Европейского центрального банка). Об этом свидетельствует, в частности, стремительное расширение спрэдов по индексам «JPMorgan EMBI Global», отражающих разницу между текущей доходностью суверенных и квазисуверенных долговых обязательств этих стран и казначейских облигаций США, и представляют собой премию за риск, которую получают инвесторы, вкладывающие средства в ценные бумаги развивающихся стран. Наиболее высокие спрэды установились по облигациям Украины, Аргентины и Венесуэлы, что фактически перегородило движение иностранного капитала в национальные экономики этих стран. Так, с июня 2007-го по февраль 2009-го года значение спрэда "EMBI Global" для Украины выросло с около 350 базисных пунктов (б. п.) до свыше 3 500 б. п. Это означает, что стоимость заимствований и их обслуживание для Украины в указанный период увеличилась в десять раз. Для сравнения в странах Азии и России за этот период соответствующий рост составил 3-4 раза [7].

Примером растущей зависимости суверенных государств и интеграционных формирований от глобальных финансовых посредников является ситуация, сложившаяся с Ирландией и странами средиземноморской периферии Европейского валютного союза (Грецией, Португалией, Испанией, Италией). Обострение глобального финансового и экономического кризиса привело к резкому ухудшению экономической ситуации в этих странах, что было связано с переоценкой международными инвестиционными кругами рисков невозврата ими внешнего долга и привело к резкому повышению стоимости обслуживания их внешних заимствований. Для успокоения институциональных и портфельных инвесторов страны зоны евро были вынуждены согласиться на многомиллиардный пакет финансовой помощи с участием МВФ. Обращение к МВФ, однако, повредило не только репутации стран зоны евро, которые по классификации ООН относятся к промышленно развитым странам, но и собственно репутации ЕС, который согласился на вмешательство во внутренние «суверенные» дела Сообщества сторонней финансовой организации, которая сама находится в зависимости от глобальных финансовых посредников.

«Однополюсная», направленная на страхование глобальных финансовых посредников природа деятельности Фонда уже давно не соответствует реалиям функционирования современной глобальной экономической среды, которая все активнее продвигается в направлении полицентризма. Уже давно назрела необходимость перестройки институциональных подходов построения архитектуры современных международных ва-

лютно-кредитных отношений. Накопление развивающимися странами значительных валютных резервов не решает проблемы стабильности валютных курсов и глобальных торговых дисбалансов, поскольку основным резервным активом выступают облигации стран, являющихся эмитентами ключевых резервных валют, прежде всего доллара США [8]. Сегодня денежные единицы даже крупнейших государств с развивающимися рынками, в том числе БРИК, по сути, являются внутренними валютами, которые практически не используются в международных торговых и финансовых операциях. По данным Банка международных расчетов, совокупная доля валют БРИК в обращении мирового валютного рынка в 2010 г. составила 3,4%. Для сравнения, на доллар США в 2010 г. приходилось 84,9%, евро - 39,1%, иену - 19,0%, фунт стерлингов - 12,9% (при определении долей валют исходим из 200% - сумма сделок продажи и покупки валюты) [9].

В последнее время в международных финансовых и академических кругах оживились дискуссии о возможности замены доллара полноценными мировыми деньгами (например, СПЗ) как реакции на глобальный системный кризис и средство противодействия хроническому обесценению доллара в качестве международной резервной валюты [10]. Однако, перспективы замены доллара СПЗ в ближайшее время выглядят маловероятными, что связано с рядом факторов. Прежде всего, в долларах осуществляется около половины расчетов в международной торговле (а еще треть - в евро), что обуславливает соответствующие доли доллара и евро также в структуре международных валютных резервов. Кроме того, общий объем эмитированных в безналичное обращение СПЗ является недостаточным для обеспечения мирового спроса. Наконец, проведение денежной реформы – это всегда достаточно сложная процедура с технической точки зрения. Деньги - это прежде всего элемент доверия. Даже если СПЗ действительно станут предметом мировой денежной реформы, пройдет длительное время прежде, чем СПЗ начнут выполнять традиционные функции денег - средства обмена и меры стоимости. Кроме того, решение проблемы глобальных дисбалансов за счет создания новых резервных валют видится в настоящее время достаточно сложным процессом, учитывая то, что страны миросистемного ядра вряд ли готовы лишиться своего главного козыря в рамках финансовой глобализации - контроля за глобальными финансовыми потоками, который осуществляется с помощью резервных валют и кредитных механизмов МВФ.

Таким образом, чуть ли не единственным выходом из сложившейся ситуации для суверенных государств, включая страны постсоветского пространства, является дефинансиализация экономических процессов - принудительное направление инвестиционных ресурсов коммерческих банков в долгосрочные проекты в реальном секторе экономики, создание барьеров для деятельности международных институциональных инвесторов на внутреннем рынке ценных бумаг путем введения ограничений на международное движение капитала, замораживание депозитов и предписание их направления в качестве инвестиций в приоритетные сферы экономики, введение налогов на операции на внутреннем межбанковском кредитном и валютном рынках, фондовых биржах, постепенный переход к расчетам во внешней торговле в валютах основных торговых партнеров, а также разработка реально выполнимого плана по переходу на региональную расчетную валюту, которая не будет привязана к доллару США или другим ключевым резервным валютам. Однако проведение в жизнь всех указанных мер невозможно без жесткой централизации государственной власти, как это происходило в Западной Европе в период после Второй мировой войны вплоть до наката неолиберальной волны в начале 1980-х гг. В противном случае суверенитет государства, завоеванный такой высокой ценой, может оказаться безвозвратно утраченным.

Література

1. Левина И.Г. Природа финансового сектора и спекулятивных пузырей в современной экономике // Экономическая теория в XXI веке / Под ред. Ю.М. Осипова, Е.С. Зотовой. М., 2007. С. 230-231.
2. Кузнецов А.В. Англосаксонская модель глобального капитализма. К., 2010. С.12.
3. Роговский Е.А. США: информационное общество (экономика и политика). М., 2008. С. 6.
4. Патрон П.А. Мировой финансовый кризис: истоки, роль государства, перспективы развития // США – Канада: экономика, политика, культура. 2009. №7. С. 33.
5. Портной М.А. Механизмы глобального влияния денежно-кредитной политики США // США – Канада: экономика, политика, культура. 2008. №5. С. 4.
6. Рустамов Э. Финансовая глобализация и качество институтов // Вопросы экономики. 2010. №10. С. 44.
7. Петров М. В. Трансформация глобальных финансов / М. В. Петров, Д. Е. Плисецкий // Мировая экономика и международные отношения. 2010. № 7. С. 11.
8. Wolf M. What are priorities for global reform? // Financial Times. 13 September, 2010.
9. Report on global foreign exchange market activity in 2010. Triennial Central Bank Survey // Bank for International Settlements. December 2010. P.12.
10. World Economic and Social Survey, 2010. Retooling Global Development / UN Department of Economic and Social Affairs. New-York, 2010. P. XXII.

Мазуренко В., [*] ***Мазуренко О.*** [**]

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ В УМОВАХ АСИМЕТРІЇ ІНФОРМАЦІЇ

Сучасний розвиток інформаційних і комунікаційних технологій призвів до формування глобального інформаційного середовища для бізнес діяльності. Прискорений економічний розвиток сприяв зростанню ролі, значущості і цінності інформації та знань як одних із визначальних особливостей ресурсів 21 століття. Динамічна зміна зовнішнього середовища викликала нагальну потребу у виробників у достовірній, повноцінній ринковій інформації, симетрично розподіленій між суб'єктами ринку, що сприяє реалізації їх економічних інтересів і підвищує конкурентоспроможність. Втім, господарська відокремленість суб'єктів ринкової діяльності та невизначеність економічних процесів обумовлює нерівномірний розподіл інформації між ними, що породжує феномен асиметрії. Асиметрія інформації призводить до неефективного функціонування ринків, виникнення ризиків, а також стає причиною обмеження конкуренції та проявляється множиною різних форм асиметрії економічного розвитку (зокрема, макроекономічні диспропорції, диференціація доходів населення, інституціональна асиметрія, міжрегіональна та внутрішньо регіональна тощо). Однією із ключових проблем процесу глобалізації є асиметрія економічного розвитку країн та регіонів світу, що визначає як динамічні, так і структурні характеристики формування світової економіки.

В процесі адаптації підприємницької діяльності до умов інформаційних перетворень у суспільстві важливе місце відведено розробці нових маркетингових технологій, зокрема, комунікаційним. На сьогодні є важливим не сам продукт, а його відповідність системі споживання, успіх бізнесу визначається налаштованими контактами зі споживачами, якісною системою просування, розподілу та споживання. Отже, для бізнесу реальну цінність в умовах конкуренції має правильно побудована та ефективно працююча система комунікацій. Аналіз існуючих підходів до сутності комунікацій дає можливість розглядати їх як систему обміну інформацією між компанією та її зовнішньою і внутрішньою аудиторіями, що сприяє, адаптуючись до ринку, впливати на нього і досягати поставлених маркетингових цілей.

Глобальна інтернетизація суспільства сприяла стрімкому розвитку нових медіа, зокрема соціальних мереж, як інструменту просування компаній та брендів. Вже давно Facebook, Twitter, Youtube виступають майданчиком для розвитку бізнесу. За кілька останніх років соціальні мережі стали найпопулярнішими ресурсами в Інтернеті: сьогодні Facebook, Twitter і Linkedin у США й Західній Європі, а Вконтакте й Однокласники в країнах СНД – це сайти з мільйонами активних користувачів.

Рекламні та бренд-комунікаційні агентства весь час знаходяться в пошуку нових способів та методів взаємодії зі споживачами, намагаються надавати свої повідомлення за допомогою новітніх технологій. Основними трансформуючими елементами, які на сьо-

[*] кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

[**] Керівник маркетингу Департаменту побутової техніки компанії «Samsung Electronics Україна»

© Мазуренко В., Мазуренко О., 2012

годні впливають на сферу комунікацій, є мобільні інновації , Інтернет телебачення; NFC (комунікації ближнього поля); SMM (social media marketing - маркетинг в соціальних мережах).

Маркетинг у соціальних мережах має багато методів. Найкраще з них працюють такі як, створення спільнот бренду (представництв компанії в соціальних медіа) – для ефективної взаємодії з лояльною аудиторією. Це дає змогу швидко поширювати інформацію, запрошувати споживачів на спеціальні заходи компанії, анонсувати вихід нових продуктів, проводити дослідження цільової аудиторії, виявляти потреби споживачів та ін.; робота із блогсферою - найефективнішими інструментами є корпоративний блогінг, twitter-маркетинг та робота із «лідерами думок» (популярними блогерами); репутаційний менеджмент – комплекс заходів із формування репутації, підтримки та захисту лояльності аудиторії до бренду; персональний брендинг – паралельно з підтримкою корпоративного блогу потрібно вести й просувати блоги найкращих працівників компанії, тобто робити з них бренд-спеціалістів; Social Media Optimization (SMO) – це оптимізація власного ресурсу (форуму, блогу, сайта) під параметри соціальних мереж. Це комплекс технічних заходів, спрямованих на таке конструювання і моделювання контенту сайта, щоб його було максимально просто використовувати в мережевих співтовариствах; нестандартне SMM-просування – це ті види робіт, які не включають створення соціальних спільнот. Йдеться про медійний та інтерактивний елемент соціальних мереж, що приносить надзвичайно позитивний маркетинговий ефект і як результат – прибуток для компанії.

До найпоширеніших помилок просування в соціальних мережах відносять невідповідність повідомлення тематиці самої спільноти; «настирливий» піар корпоративного сайту; нецікавий чи неактуальний контент; неправильний вибір цільової аудиторії. Ці помилки можуть суттєво впливати на ефективність маркетингової кампанії та призвести до марного витрачання маркетингового бюджету.

Он-лайн маркетинг за допомогою соціальних мереж поширюється дуже швидкими темпами. Він спонукає людей брати участь у різних значущих саме для них обговореннях, залишати у відкритому доступі персональні дані, що дозволяє краще вивчати потреби споживачів та підлаштувати під них маркетингову стратегію. Тому соціальні мережі неодмінно розглядають сьогодні як дуже потужний та особливий маркетинговий засіб входження компанії на новий ринок або закріплення позицій на уже існуючому. Невеликі компанії використовують соціальні медіа як альтернативні канали просування, мінімальні результати в яких можна отримати без фінансових витрат. Робота в соціальних медіа означає соціалізацію на онлайн-каналів PR або реклами, а бізнесу компанії. Основною метою соціалізації бізнесу є залучення споживачів до спільної оптимізації їх споживчого досвіду при пошуку інформації, покупці, обслуговуванні, поверненні товару, тобто на усіх етапах споживчого циклу. Компанії не можуть заставити клієнта сприймати офіційні представництва тільки як PR-канали для інформування та розваги аудиторії. Споживачі очікують підтримки, спеціальних пропозицій, уваги до ідей тощо. Зауважимо, що усі ці дії в режимі non-stop-комунікації. Втім, ефективність соціальних медіа досягається при умові їх моніторингу компанією. Моніторинг дає можливість з'ясувати чи говорять споживачі про компанію, її продукції, конкурентах? як часто про це спілкуються? де спілкуються? скільки? про що? тощо.

Основними перевагами SMM є їх орієнтованість на цільову аудиторію (максимум зацікавлених, ефект «сарафанного радіо»); довіра споживачів до порад таких же як вони, а отже ефективне просування товарів та послуг компанії; підвищення лояльності, довіри та ідентифікації; низька ціна контакту (споживачі самі поширюють «вірус», кількість

контактів та їх час дії необмежений; можливість оперативно відстежувати негативні відгуки та нейтралізувати.

Соціальні медіа дають можливість, минаючи посередників, спілкуватися з кінцевими споживачами, тестувати попит, дізнаватися, що подобається або не подобається вашій цільовій аудиторії, а найважливіше - вони дозволяють робити це абсолютно безкоштовно.

Макаренко Є.*

МІЖНАРОДНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ БІЗНЕС: СТРУКТУРА, ІЄРАРХІЯ РИНКІВ, КЛАСИФІКАЦІЯ ПРОДУКТІВ І ПОСЛУГ

У статті розглядаються проблеми мінародного інформаційного бізнесу, функціонування світового та регіональних інформаційних ринків, визначається типологія інформаційних продуктів та послуг, аналізується стан ринків у кризовий час.

Ключові слова: міжнародний інформаційний бізнес, інформаційні ринки, інформаційні продукти і послуги, криза, ТНК, міжнародна конкуренція.

В статье рассматриваются проблемы международного информационного бизнеса, функционирование мирового и региональных информационных рынков, определяется типология информационных продуктов и услуг, анализируется состояние рынков во время кризиса.

Ключевые слова: международный информационный бизнес, информационные продудукты и услуги, кризис, ТНК, международная конкуренция.

The article highlightens problems of international information business, the operation of global and regional information markets, defines typology of international products and services, analyzes the state of the markets during the crisis.

Key words: imternational informational business, information market, information products and service, TNC, international competition.

Глобалізація світової економіки, зумовлена швидкоплинними змінами у сфері високих технологій, посилила нерівність економічного розвитку, загострила міжнародну конкуренцію та перерозподіл сфер політичного і економічного впливу на світових ринках. На глобальному рівні стикаються численні національні інтереси і пріоритети потужних транснаціональних корпорацій, представників провідних виробничих галузей світового господарства. Проявами процесів економічної глобалізації є зростання ролі інтелектуальних ресурсів, диверсифікація світових ринків, формування світового ринку інформаційних технологій. Глобальні можливості обміну інформаційними продуктами і послугами впливають на світовий і регіональний попит, координують їх виробництво, стимулюють інвестиції в інформаційно-комунікаційну індустрію, створюють нові потужності для співробітництва в різних сферах - від традиційних, де запроваджуються нові технології, до інтелектуальних, високотехнологічних, які визначають потенціал економіки майбутнього.

Міжнародна конкуренція, за експертними прогнозами, буде змінюватися з огляду на асиметрію зростання прибутків в різних секторах світового господарства, в різних регіонах і країнах, особливо в секторі високих технологій-інформаційно-комунікаційних, енер-

* доктор політичних наук, професор, провідний науковий співробітник відділу трансатлантичних досліджень Інституту світової економіки і міжнародних відносин НАН України

© Макаренко Є., 2012

гогенеруючих, інтегрованих, грейд-, нано-та біотехнологій. Більшість економічно та технологічно розвинутих країн і провідних корпорацій на світовому ринку прагнуть до захисту власних комерційних інтересів, до збільшення впливу на світову економічну кон'юнктуру, що, одного боку, передбачає необхідність кооперації у сфері політики, економіки з та бізнесу, а, з другого – врахування інтересів менш економічно розвинутих країн для подолання асиметрії розвитку регіональних ринків та розвитку окремих країн, оскільки така асиметрія взаємно впливає і на економічні можливості провідних економік світу[1-5].

Міжнародний інформаційний бізнес охоплює виробництво та торгівлю продуктами та послугами у галузях промислової індустрії, приладобудування, телекомунікацій, електронної комерції та Інтернет, інтелектуальної власності, інформаційної безпеки, мас-медіа, реклами та рекламного сервісу, гуманітарної сфери, державного та корпоративного управління, банківської та фінансової сфери, страхування тощо, що дає підстави розглядати міжнародний інформаційний бізнес як принципово нову глобальну економічну систему, в основі якої інтелектуальні ресурси, високотехнологічні виробництва продуктів і послуг, специфіка їх поширення на глобальних ринках.

Розвиток міжнародного інформаційного бізнесу, динаміка розширення і різноманітність послуг(послуги е-мобільної комерції та Internet, прикладного програмного забезпечення, інформаційного менеджменту, е-охорони здоров'я, е-соціального забезпечення, розважальні, медійні, е-освітні, е-безпеки, е-комунікативні, е-управління тощо) зумовлюють стимулювання міжнародної конкуренції. Тенденції міжнародного інформаційного бізнесу знаходять реалізацію на регіональному і національному рівні, виявляють особливості економічного розвитку та проблеми включення окремих регіонів і країн в процеси міжнародної інтеграції

Ієрархію ринків інформаційного бізнесу становлять: світовий ринок інформаційних продуктів і послуг, регіональні ринки (європейський, північноамериканський, ринок країн Центральної і Латинської Америки, азійсько-тихоокеанський, панафриканський, близькосхідний, західноазійський, ринок СНД), національні інформаційні ринки.Світовий ринок інформаційних продуктів і послуг характеризується значною асиметричністю щодо представлення регіонів і країн: за останніми даними EITO (Європейської обсерваторії інформаційних технологій), США займають 36% світового інформаційного ринку, Європа – 30% (на Східну Європу припадає менше 1%), Японія -11%, решта країн – 23%.[6-9]

Світовий ринок інформаційних продуктів і послуг складають сектори: медіа(TV та радіо, аудіовізуальні продукти, реклама, рекламний сервіс, е-видавництво, друкована та е-преса, розважальні продукти і послуги , мультимедійні продукти); телекомунікацій (супутниковий, космічний, метеорологічний, бездротовий, лоцманський, мобільний, оптично-волоконний, кабельний, електронний, sos-зв'язок, Інтернет-телефонія, навігація (GPS), супутникова фотозйомка); IT (швидкісний доступ, е-комерція, е-мобільна комерція, е-банкінг, е-урядування, е-корпоративне управляння, е-офіс е-освіта,, е-телеконференція, е-медицина, е-зайнятість, е-бібліотеки, е-переклад, «хмарні» технології); інтелектуальна власність(програмне забезпечення, чіпінг-технології, смарт-картки, криптографічні засоби безпеки, патентування, ліцензування, авторське право і суміжні права, ноу-хау, кінопродукти, доменні імена, бренди, торгівельні марки); приладобудування (виробництво технологічних пристроїв, цифрових модулів, систем штучного інтелекту, мікросхем, побутових приладів, систем автоматизованого управління для промислової індустрії, комп'ютерної техніки, телекомунікаційного устаткування); комунікативні технології (іміджевий, державний, корпоративний, індивідуальний, політичний, бізнесовий,

кризовий, Internet-PR, брендінг, лобіювання, е-консалтинг, , GR, IR, PA, політична, ділова, фінансова аналітика, прогностична інформація, стратегічні рішення, е-туристичний, е-брокерський, е-кредитно-довідковий бізнес, автодовідники, тематичні довідники, жовті сторінки, тощо).

Загальний оборот світового ринку власне медіа у 2011 році, за дослідженнями Gartner, складає 465.724 млрд.доларів, реклами -471 млрд.доларів, соціальних медіа- 10.3 млдрд.доларів і має тенденцію не тільки повернення до передкризового стану, а й до подальшого зростання, зокрема в сегменті соціальних медіа прогнозується зростання ринку у 2012 році до 14.9 млрд., а у2015 році - до 29.1 млрд.; у сегменті реклами прогнозується зростання у2012 році до 499.177 млрд., а у 2013 році – до526.977 млрд. доларів.

Світовий ринок медіа, вважають експерти, відновлюється після рецесії, хоча інтенсивність зростання уповільнюється через економічні коливання, природні катаклізми і політичні кризи. Серед мегакорпорацій світового медіаринку виділяються AOL Time Warner, Wolt Disney, Viacom, News Corporation, Bertelsmann тощо, транснаціональні медіахолдинги, чия діяльність охоплює весь спектр засобів масової інформації. Холдинги займають провідні позиції в світі усфері медіа та розважальній індустрії, до їх складу входять видавничі фірми, музичні компанії, компанії з поширення книг та аудіовізуальної і музичної продукції, періодична преса, теле- і радіостанції та виробництво телевізійних програм, сервісні медіакомпанії, а також компанії з виробництва мультимедійних продуктів і ділової інформації. Так, основними компаніями Bertelsmann є книжкове видавництво Random House; музична компанія BMG, одна з найбільших у світі сервісних медіакомпаній Arvato; видавець газет і журналів компанія Gruner und Jahr, що займає провідні позиції в журнальному бізнесі; компанія з теле- і радіомовлення RTL Group, компанія з виробництва і поширення ділової інформації Bertelsmann Springer. Клієнтами книжкового й музичного клубу Bertelsmann є сорок один мільйон користувачів, що забезпечує холдингу провідні позиції як на світовому, так і на регіональних ринках. Bertelsmann також займає провідні позиції в Інтернет-бізнесі та є другою у світі компанією у секторі електронної комерції. Bertelsmann AG має свої підрозділи в 63 країнах світу. Слід зауважити, що Bertelsmann AG залишається єдиною із шести провідних медіакомпаній світу, що перебуває у приватних руках й органзована як закрите акціонерне товариство. 71 % її акцій перебуває у власності фонду Bertelsmann, 21 % – належить сім'ї Мон, спадкоємців засновника корпорації – Карла Бертельсмана, 7 % – належить фонду Zeit.

Потужною на медіаринку є також News Corporation, яка вважається однією з трьох мультимедіа-імперій світу: до корпорації входять американська телевізійна мережа Tht U.S. Fox broadcasting network, 22 телевізійні станції, які покривають понад 40% користувачів телевізійних послуг США, канал новин Fox News Chanel, супутникова система British Sky Broadcasting, кіностудія Twentin Centuri Fox, близько 132 газет, включаючи New York Post,The Times, The Sunday Times, The News of the World, News Limited Newspapers, The San, електронна версія газети «Жемінь Жибао», газета «Остреліан», 25 журналів, медіакомпанія «Асахі медіабродкастінг», книжкове видавництво «HarperCollins Pablishers», телекомпанії у США, Південній Америці, Азії, Європі, АТР тощо. Інформаційні продукти і послуги корпорації згруповані за такими сегментами ринку: телебачення, радіо, преса, книговидавництво, фільми і телепрограми, е-медіа, рекламні продукти і послуги, програмні продукти, виробництво лазерних компакт-дисків та ін.Загальні активи компанії складають понад 40 млрд. доларів США, а щорічне зростання прибутків у докризовий час складало 15%, зокрема за рахунок виробництва і поширення фільмів та програмної продукції. Зважаючи на попередню динаміку зростання прибутків компанії та її

фізичне розширення, прогнозується подальший прогрес корпорації, оскільки спад в одних сферах діяльності компенсуватиметься інтенсивним розвитком та прибутками в інших. За останні роки швидкий розвиток інформаційних технологій і лібералізація медіаринків викликали глибокі зміни в структурі світової медіаіндустрії. Національні уряди сприяють концентрації медіакомпаній, запровджуючи більш м'які норми щодо власності у сфері засобів масової інформації, а медіакомпанії, сполучаючи стратегію злиття й поглинання зі стратегією інтернаціоналізації й диверсифікації, входять у суміжні інформаційні ринки[10-13].

Індустрія телекомунікацій є найбільш перспективним елементом світового ринку ІКТ. Мережі мобільного, супутникового, бездротового, кабельного, фіксованого, Internet-зв'язку, охоплюють території майже у 90% населення світу. Впровадження нових технологій і послуг впливає на збільшення обсягів та підвищення якості телекомунікаційного сервісу, а потенціал розвитку мереж нового покоління включає подальше злиття стільникового зв'язку з ІКТ (мобільний Internet з широкосмуговим сервісом, мобільний broad-доступ), високошвидкісну передачу інформації, глобальний роумінг, мультимедіа, бізнес B2B, голосовий трафік тощо). Нові послуги мобільного зв'язку надають практично необмежені можливості доступу до інформаційних ресурсів глобального значення, в тому числі і через Internet. У 2011 році, за даними Infonetieks Research, обсяг світового телекомунікаційного ринку перевищить 1.86 трлн.доларів США, а до 2015 року очікується зростання ринку до 2.4 трлн., зокрема, за рахунок сегменту WIMAX (+27,5%) і рішень для розвиткувідеоінфраструктури (+20,7%). Лідерами у сфері телекомункацій на світовому ринку є США (35%), Європа (30%), Японія(14%), Китай та інші країни (21%), а основними корпораціями British Telecom, France Telecom, Deutsche Telekom, AT&T, NASDAQ SATS, Hughes Network System, Telmex+Telcel, China Mobila(у 2010 році компанія мала найбільший дохід серед мобільних операторів світу), Telia Sonera, Level 3 Communications, Capital City Service. Телекомунікаційні корпорації надають корпоративним замовникам, приватним особам та іншим операторам послуги місцевого, міжміського і міжнародного телефонного зв'язку, бездротового зв'язку, швидкісного Інтернет-доступу, бізнес-пейджингового зв'язку, передачі мультимедійної інформації, передачі даних, послуги цифрового та кабельного телебачення, а також послуги електронної пошти та програмного забезпечення для зв'язку; телефони та офісне обладнання; Call packages, диверсифіковані за ціною і набором послуг пакети користування телефонним зв'язком; сотові мережі для невеликих компаній; мережеві технології для бізнесу(грід-технології), аутсорсінг обробки та аналізу інформації. Для великих компаній пропонується забезпечення та обладнання для аудіо - та відео конференцій; забезпечення локального зв'язку компанії та зв’язку з клієнтами; засоби інформаційної безпеки, веб-хостінг; послуги зі створення та обслуговування мережевої інфраструктури, системи телефонії. Телекомунікаційні компанії, забезпечуючи повний спектр телекомунікаційних послуг, інвестують науково-технічні дослідження, сприяють програмам з розробки принципово нових мереж зв'язку глобального значення, що забезпечує їм провідну роль у встановлені стандартів телекомунікацій для світового ринку телеоператорів. Зростання світового ринку телекомунікаційних продуктів та послуг у 2011році та на перспективу до 2015 року свідчить, що провідні ТНК займають найбільший сегмент ринку і складають відповідно 54,2% та на перспективу очікується зростання до + 29%. Світовий інформаційний ринок демонструє міжнародну конкуренцію потужних телекомунікаційних ТНК, які, маючи в розпорядженні достатні фінансові, технічні, та людські ресурси, підтримують та розвивають складні розгалужені світові мережі комунікацій. Корпорації прагнуть розробки нової регуляторної

політики для телекомунікацій, домагаючись зниження розцінок на зв'язок і одночасне впровадження нових послуг і технологій. Телекомунікаційні групи, пристосовуючись до нових умов, укладають міжнародні угоди про партнерство, що дозволяє продавати послуги в глобальному масштабі. [14-18].

Структуру світового ринку ІКТ за 2011 рік складають сектори: ІТ-сервісу, комп'ютерного обладнання; програмного забезпечення; обладнання для мереж передачі даних; комунікаційного обладнання кінцевого користувача; офісного обладнання. Обсяг ринку становить 846 млрд. доларів, що на 6.6% більше, ніж у 2010 році, зокрема найбільше зростання прогнозується в сегменті обчислювальних та інших апаратних засобів- на 11, 7%. Перехід компаній на «хмарну» модель обчислень і розвиток відповідних сервісів сприятиме подальшому зростанню ринку ІКТ. За підрахунками IDC і Gartner, у 2010 році світовий ринок «хмарних» обчислень склав приблизно 21,5 млрд доларів, а на перспективу до 2013 року Gartner прогнозує зростання до 54 млрд доларів, IDC — 44 мільярди. У перспективі 2015 року Gartner прогнозує зростання ринку «хмарних» технологій до 148 млрд. доларів, IDC – до 72,9 млрд., проте усі світові агентства впевнені у «вибуховому» зростанні попиту на «хмарні» технології. За словами члена наглядацької ради консорціуму Intecracy Group А.Марреро, протягом чотирьох-п'яти років більше 60% світової інформації виявиться не на комп'ютерах у користувачів, а в цифрових «хмарах» — на вилучених серверах сервіс-провайдерів, а інвестиції в «хмарні» технології складуть майже половину капіталовкладень у весь ринок ІКТ. Сегмент сервісів інформаційної безпеки у 2011 році становить у грошовому обчисленні 35,1млрд. доларів, а 2015 року прогнозується зростання сегменту до 49,1 млрд., зокрема під сегмент ІТ-менеджменту сягне 14,9 млдрд, консалтингу12,5 млрд.,розробок та інтеграції – 13,74 млрд. Провідними компаніям, які обіймають 45% ринку ІКТ, експерти вважають Symantec (18,9% світового ринку інформаційної безпеки), McAfee(10,4%), Trend Micro(6,3%), IBM(4,9%), EMC(3,8%), Kaspersky Lab (у 2010 році отримала прибуток у 538 млн. доларів). За прогнозами Gartner, ринок сервісу програмного забезпечення для захисту даних буде постійно зростати, а продукти для авторизації і контролю доступу, які у 2011 році складають 8% ринку, у 2014 році принесуть понад 12 млрд. доларів. Основними ж трендами 2011 року і на перспективу аналітики IT Business week називають інноваційні технологічні розробки, які виявлять себе на повну потужність з 2025 року. [20-24]

Світовий ринок приладобудування включає в себе виробництво мікропроцесорів і мікросхем, виробництво готових цифрових модулів і мереж, виробництво і продаж комерційних рішень, виробництво систем штучного інтелекту для різних галузей світового господарства, виробництво різноманітних ІТ-пристроїв, а також пристроїв для мобільного зв'язку, установки для передачі даних, побутової е-техніки та ін. Загальний обсяг ринку, за даними експертів, складає понад 980 трлн. доларів (враховуються всі сегменти), США займають 34% світового ринку, Європа- 40%, Японія-14%, всі інші країни – 15%. За прогнозами Gartner, сукупний дохід ІТ-індустрії 1 2011році становитме 3,5 трлн. доларів. Основними причинами зростання ринку стали, на думку фахівців, високий споживчий попит, зростання сегментів стратегічних технологій - ноутбуків, нетбуків, смартфонів, аксесуарів, материнських плат, платформ NFC (Near Field Communications) і зниження цін на цифрові системи. Провідні компанії ІТ-індустрії Nokia, HP, IBM, Motorola, Siemens, Asus, Fujitsu, Dell, Sony Ericsson, Philips, Bosh, Toshiba, технологічне лідерство яких дозволяє здійснювати глобальні ініціативи з розвитку таких технологій, як Bluetooth, IPv6, WAP (Wireless Application Protocol), GPRS (General Packet Radio Service), UMTS (Universal Mobile Telecommunications System), у тому числі в рамках таких авторитетних кон-

сорціумів, як 3G-та 4GPP (3rd-4rd Generation Partnership Project), WAP Forum, спрямовані на розробку і розвиток відкритих стандартів, що визначатимуть майбутнє глобальних телекомунікацій. Зокрема, корпорація Siemens пропонує HiPath від Siemens -інноваційні рішення, послуги, прикладні програми й апаратне забезпечення для гнучкого, безпечного й економічного комунікаційного оточення в компаніях; комп'ютери і механізми, готові до мобільної комунікації типу «машина-машина» завдяки технологіям «бездротові модулі», модулі і термінали, комплексну інтеграцію, консалтінг, а також комплексні універсальні рішення «машина-машина»; телекомунікаційні пристрої для будинків й офісів: бездротові телефони, ISDN телефони, високошвидкісний Інтернет, прикладні програми для домашніх розваг (home entertainment), аксесуари; мобільні телефони компанії Ben Mobile, всі аксесуари, відновлення програмного забезпечення, прикладні програми. Завдяки досвіду і збалансованому портфелю комунікаційних рішень компанія Siemens займає унікальну позицію на висококонкурентному ринку вона має більше мільйона клієнтів у 80 країнах світу, а 70% всесвітньо відомих компаній користуються її рішеннями. Серед них: BMW, Daimler Chrysler, Deutsche Bank, Ford, IBM, Kodak, SAP, BP і Volvo, а також значна кількість компаній малого і середнього бізнесу. Рішення компанії Siemens відповідають потребам будь-якого бізнесу або сфери економіки, і, оскільки кожен споживчий сегмент висуває свої особливі вимоги, компанія Siemens вводить ноу-хау в інформаційні і комунікаційні технології залежно від потреб кожного окремо узятого клієнта[25,26].

Світовий ринок комунікативних технологій та ділової аналітики пропонує такі послуги, як корпоративний, фінансовий, кризовий, політичний, урядовий, комерційний, промисловий, Internet-PR, технології брендінгу, інвестиційного іміджування (IR), лобіювання та GR, е-консалтингу, ділової та фінансової аналітики, репутаційного та антикризового менеджменту,кредитно-довідкового бізнесу тощо. На світовому ринку комунікативних технологій частка США складає 28,4%, Європи- 33,1%, Японії -13,7%, решти світу-24%. Стратегія розвитку ринку комунікативних технологій враховує сприятливу ринкову кон'юнктуру, тенденції діяльності провідних компаній, зокрема, Barson Marsteller, Weber Shandwick, Edelmarm PR World Wide, Hill&Knowlton, Grey Global Group, Ogilvy Public Relfnions Worldwide, Fleishman-Hillard, Financial Dynamics, The Brunswick Group, співробітництво яких забезпечує надприбутки на ринку інформаційних технологій, створення нових форм і структур, здатних конкурувати на світових ринках Найбільш прибутковим бізнесом на ринку комунікативних технологій вважається GR та лобіювання, тобто ефективний спрямований вплив на прийняття рішень владними структурами в інтересах промислових, комерційних, фінансових груп та неурядових організацій.Комунікативні проекти GR та лобіювання виявляють свою конкурентоспроможність на глобальному, регіональному і національному рівнях. Сучасна практика послуг лобіювання охоплює: офіційні та неофіційні комунікації з урядовими структурами; лобі-комунікації та безпосередню участь у парламентських засіданнях, колегіях відповідних до інтересів лобіювання урядових та спеціалізованих відомств; консалтинг при підготовці законопроектів; іміджування представництв уряду та бізнесових кіл на міжнародних форумах; вплив на прийняття рішень через громадську думку і засоби масової комунікації; організацію та моніторинг бізнесових пропозицій; PR-супроводження та фінансування виборчих кампаній. Аналіз подій та тенденцій на світовому ринку, що здійснюється експертами, свідчить, що комунікативні технології мають стабільний попит і високий комеційний рейтинг серед провідних бізнесових та фінансових структур. До послуг GR-лобіювання звертаються відомі корпорації (Microsoft, Sun Microsystems, Vodavon, LG, Samsung тощо), держави та середні фірми, які потребують послуг системного аналізу, інтерпретацій та прогнозування в галузях високих технологій.

Динамічно зростає попит на PR-послуги у фінансовій сфері міжнародного співробітництва, яке здійснюється на основі наукових соціологічних досліджень, консалтингу та розробки програмних стратегій. Нові технології трансформують характер фінансового бізнесу, сприяють його відкритості для суспільства, уможливлюють оперативне інформування на глобальному рівні і використання інформаційних продуктів та послуг для ефективних фінансових операцій. До спектру PR-послуг у фінансовій сфері відносять: рекомендації з фінансової аналітики; позиціонування на ринку шляхом досліджень різних комунікативних потоків; створення іміджу корпорацій і підтримання ділової репутації для заохочення попиту на її акції; прогнозування наслідків злиття компаній та PR-супроводження нових брендів;підтримку інвестиційних потоків. PR-послуги у фінансовій сфері також передбачають аналіз ринку цінних паперів, операцій з акціями ф'ючерсами, опціонами, коливання курсів валют, супроводження контрактингу, банкінгу, постачання фінансової інформації для ЗМК. Провідну роль на світовому ринку фінансової аналітики відіграє корпорація Reuters, 93% діяльності якої припадає на постачання фінансової інформації та продаж інформаційних продуктів і послуг. Діяльність компанії поширюється на 98 країн світу за такими напрямами, як надання бізнес-інформації для глобальних і локальних мереж, забезпечення потреб мережевих фінансових ринків, постачання спеціалізованої фінансової інформації для професійних аналітиків поза фінансовими ринками, поширення ділової інформації через ЗМК. Як світовий лідер фінансової аналітики та бізнес-інформування Reuter має частки в інших корпораціях, зокрема TIBCO Software (44%), Riskmetrics (42%), ITN (20%) тощо, з якими здійснює спільні проекти створення глобальної закритої бізнес-мережі типу Internet, порталу для приватних інвесторів, бізнес-додатків вузької спеціалізації інтегрованих до мереж Reuter, бездротового дата-провайдера в Європі. Зважаючи на репутацію Reuter як світового дилера фінансової інформації, можна стверджувати про безпосередній вплив корпорації на світові і регіональні політичні та економічні процеси. PR- послуги, які пропонуються компанією Барсон-Марстеллер, включають зв'язки з електоратом; корпоративні і фінансові комунікації; урядові відносини; зв'язки з громадськістю; кризовий менеджмент, зв'язки з медіа; громадську діяльність; рекламу, аналітичні дослідження, брендінг. Клієнтами Барсон-Марстеллер є: American Public Health Association; Entergy Corp.: Indian Point; Indonesian Government; JAMDAT Mobile Inc; Lincoln Park; Texas Assn. of Business; Sony Electronics; American Airlines. Барсон-Марстеллер на світовому ринку виступає як член Young & Rubicam, і відповідно, як член PR групи WPP, куди також входять такі компанії: Cohn & Wolfe, GCI group, Hill & Knowlton, Kantar Group, Ogilvy PR Worldwide, Robinson Lerer & Montgomery. За даними компанії в реєстрі лобістів, її оборот за 2010 рік складав 8, 1 млрд.доларів[27-31].

Регіональні ринки інформаційних продуктів і послуг відзначаються спільними і відмінними рисами: до спільних відносять – продукти і послуги інформаційної індустрії та суміжних галузей промисловості, до відмінних – структуру інформаційних продуктів і послуг, сферу їх поширення, кількість споживачів, присутність транснаціональних корпорацій, динаміку розвитку ринку, співвідношення експорту/імпорту на регіональних ринках. На європейському інформаційному ринку представлено увесь спектр продуктів і послуг, зокрема, медіа, телекомунікацій, реклами, приладобудування, Internet, інформаційної безпеки, інформаційної інтелектуальної власності, е-управління, е- комерції, ділової аналітики, комунікативних технологій(іміджевих, лобі, інвестиційного іміджування, брендінгу, IR, PA, MR, GR), розважального бізнесу, консалтингу тощо. Північно-американський ринок інформаційних продуктів і послуг (США, Канада) за класифікацією про-

дуктів і послуг є аналогічним світовому(телекомунікації, програмне забезпечення, мас-медіа, е-комерція, кіноіндустрія, реклама, кредитно-довідковий бізнес, комп'ютерне приладобудування, розважальні продуктиі послуги тощо), оскільки країни Північної Америки, з одного боку, за розвитком інформаційної економіки займають провідні позиції в світі, а, з другого – в регіоні знаходяться материнські компанії найбільших світових транснаціональних корпорацій. На азійсько- тихоокеанському ринку(Японія, Китай, Індія, Південна Корея, Малайзія, Сингапур, Австралія, Нова Зеландія), який динамічно розвивається, представлено послуги Internet, офшорного програмування(аутсорсінгу), інтелектуальної власності, ноу-хау, е-комерції, реклами, програмного забезпечення, автоматизованих систем управління, штучного інтелекту, мультимедіа. На інформаційному ринку країн Центральної і Латинської Америки переважають продукти і послуги телекіноіндустрії (виробництво телесеріалів, розважальних шоу, кінострічок), друкованої преси, телекомунікацій, а найменше представлені послуги Internet, хоча існують спеціальні державні програми з підтримки оцифрування бібліотек, архівів, дистанційного навчання, науково-дослідницької діяльності, туристичного сервісу. Регіональні панафриканський та західно-азійський інформаційні ринки є достатньо обмеженими за спектром продуктів і послуг(мас-медіа, телекомунікації, Internet, прилабудування) і спрямованими на імпортування інформаційних продуктів і послуг зі світового та більш потужних регіональних ринків. Що стосується регіону СНД, то він відзначається певними особливостями функціонування, оскільки пострадянські країни зайняли з огляду на розвиток сфери високих технологій різні позиції на ринку інформаційних продуктів і послуг. Ринок СНД поділяють на такі сектори, як експорт інформаційних продуктів і послуг(експортується офшорне програмування, інтелектуальна власність,інтелектуальні ресурси), імпорт інформаційних продуктів і послуг(імпортуються всі послуги ІКТ), внутрішній ринок характеризується сектором приладобудування, мас-медіа, телеіндустрії.

Динаміка національних інформаційних ринків залежить від рівня економічної та регуляторної політики країни, її інтеграції у глобальні інтеграційні процеси, конкуренції корпорацій, розвитку ІТ-індустрії, наявності інтелектуальних ресурсів, кваліфікації суспільства.

Література

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. М.: Эльга. 2000.- 454с.
2. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. М.: Аспект. 2000.- 384с.
3. Гілл Ч. Міжнародний бізнес. К.: Основи. 2001. – 1025с.
4. 4.Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс. 2003.- 336с.
5. Ставцева Г.И. Проблемы становления информационной парадигмы в экономической теории- http:// infeconomy.ru/html
6. Гілл Ч. Міжнародний бізнес.К.:Основи.2001.-1025 с.
7. Європейські комунікації.:Монографія./Макаренко Є.А., Ожеван М.А., Рижков М.М. та ін..-К.:Ценнтр вільної преси, 2007.-536 с.
8. EITO – European Information Technology Obcervatory – http://www.eito.com
9. Gartner:мировой рынок социальных медиа в 2011 году вырастет на 41,4%http://www.osp.ru/nevs/2011/.
10. Куц Д. Мировой рынок рекламы: обзор и прогнозы.http://www.rbu/ce/nevs

11. ZenithOptimedia: Мировой рекламный рынок достигнет докризисного уровня уже в этом году.http:/mmr/net.ua/news/newid/24148
12. Офіційний сайт компанії Bertelsmann Group.www.bertelsmann.com/bertelsmann_corp/wms 41/…/index.php? ci…
13. Офіційний сайт компанії News Corp.www/newscorp.com/
14. Мальцев С. Мировой рынок телекоммуникаций в III квартале 2011 года.http://www.spbit.ru/nevs/83274
15. Офіційний сайт компанії France Telecom – http://www.orange/com/en_EN/group/
16. Офіційний сайт компанії British Telecom – http://www.bt.com/
17. Офіційний сайт компанії Deutsche Telekom – http: //www. telekom. Com/dtag/content/dt/de/14706
18. Информационная экономика, бизнес, общество. По данным Gartner мировой рынок ИТ-услуг составил в 2010 году 793 млрд.долларов.http://www.ifeconomy/ru/home
19. ИТ(мировой рынок):объем, структура рынка, прогнозы его развития и позиция стран на ИТ-карте мира. http://www.tadviser.ru/index.php/
20. Мировой рынок ИТ-услуг вернулся к росту //Ліга.Бізнес /http://biz.liga.net/all/novosti/htm
21. Ермак С. Летели облака, летели кирпичи (мировой рынок «облачных» технологий) http://expert.ru
22. ПО для защиты информации(мировой рынок).http://www/itbusiness.com/ua
23. Офіційний сайт компанії Nokia – http://www.nokia.com
24. Офіційний сайт компанії Gartner Group, Inc./www.gartner.com
25. IT-индустрия в 2011: главные технологии и тенденции.www.itbusiness.com.ua
26. Офіційний сайт компанії Siemens -/www.siemens.com
27. Макаренко Є.А..Сучасні комунікативні технології: доктрина, типологія, інструменти, практика// Актуальні проблеми міжнародних відносин. – К., 2011. – Випуск 99. Частина. 2. – С.153-161
28. Офіційний сайт компанії Burson-Marsteller http://www.burson-marsteller.com/pages/hom
29. Офіційний сайт компанії Reuters-http://reuters.com
30. Ogilvy Public Relations Worldwide-http://ww.
31. Офіційний сайт WPP Group.-www.wpp.com w.ogilvypr.com –http://www.wpp.com

Морозов В.*

ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ У ФРН

Європейський Союз, членом якого є Німеччина, реалізує Спільну аграрну політику, яка передбачає впровадження узгоджених заходів щодо організації сільськогосподарського виробництва та підтримки з боку держави товаровиробників продукції АПК.

Спільна Аграрна Політика країн-членів ЄС розроблена на основі статей 39 та 40 Договору про Європейське Співтовариство, що передбачають створення спільних ринкових організацій для підтримки розвитку сільськогосподарського виробництва, метою яких є реалізація наступних політичних цілей Співтовариства у галузі сільського господарства [2, с. 7]:

- підвищення продуктивності виробництва;
- зростання доходності сільськогосподарських підприємств;
- стабілізація ринків сільськогосподарської продукції;
- забезпечення стабільності поставок сільськогосподарської продукції за помірними цінами.

Спільна аграрна політика ЄС передбачає створення належних правових та рамкових умов діяльності підприємств агропромислового комплексу, впровадження загальноєвропейських програм щодо вирівнювання господарських умов у країнах-членах ЄС, розвитку інфраструктури, регулювання ринку окремих сільськогосподарських продуктів та інші заходи. За таких умов в ЄС законодавчі рамки функціонування агропромислового комплексу, в тому числі і в частині надання підтримки з боку держави, повністю уніфіковані і затверджені на рівні Європейської Комісії.

Що стосується фінансування програм в рамках надання підтримки сільськогосподарського виробництва, то вони здійснюються як за рахунок коштів спільного бюджету ЄС, так і на рівні національних бюджетів країн-членів, але з урахуванням правових рамок, що встановлені європейським законодавством.

Сфера державної підтримки сільськогосподарського виробництва у ЄС регулюється, головним чином, десятьма основними законодавчими актами [8, с. 217]:

1) Рамкові умови для державної підтримки аграрного сектору, №2000/С 28/02;

2) Директиви ЄС для надання державної підтримки при здійсненні реклами, що стосуються Договору ЄС з наведеними виробами і стосовно окремих, не названих в Угоді, виробів, №2001/С 252/03;

3) Повідомлення Комісії стосовно державної підтримки при надання короткострокових кредитів у сільському господарстві, №96/С 44/02;

4) Повідомлення Комісії щодо змін рамкових умов Спільноти стосовно виділення субсидій для науково-дослідних та проектних розробок, № 98/С 48/02;

---

* кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

© Морозов В., 2012

5) Директиви Спільноти щодо державних субсидій для порятунку та реструктуризації підприємств, що перебувають у складному становищі, №1999/С 288/02;

6) Директиви щодо виділення субсидій для вирішення проблем зайнятості №95/С 334/04;

7) Постанова ЄС №68/2001 від 12 січня 2001 р. «Про застосування статті 87 та статті 88 Договору Європейського Союзу щодо підтримки освіти»;

8) Постанова ЄС №659/199 Ради від 22 березня 1999 р. «Про особливі приписи щодо застосування статті 93 Договору Європейського Союзу»;

9) Постанова ЄС №1257/1999 Ради від 17 травня 1999 р. «Про надання сприяння розвитку сільського простору за рахунок Європейського вирівнювального та гарантійного фонду для сільського господарства («EAGFL») і стосовно змін або відміни певних постанов»;

10) Постанова ЄС №445/2002 Комісії від 26 лютого 2002 р. «Про надання сприяння розвитку сільського простору за рахунок Європейського вирівнювального та гарантійного фонду («EAGFL»)».

Згідно діючого законодавства, надання державної підтримки сільськогосподарському виробництву у країнах-членах ЄС повинно відповідати трьом критеріям [2, с. 19]:

- загальним основам політики конкуренції;
- співпадати зі Спільною аграрною політикою та політикою щодо розвитку сільської місцевості Європейського Співтовариства;
- міжнародним зобов‘язанням Європейського Союзу, зокрема в рамках СОТ.

Законодавством ЄС забороняється надання державної підтримки агропромислового виробництва шляхом впровадження односторонніх заходів країнами-членами ЄС, що можуть зашкодити ринковій організації Співтовариства. Крім того, державна підтримка може надаватися в рамках існуючого законодавства ЄС з боку держав-членів ЄС в цілому окремим галузям або регіонам. Не дозволяється надання державою прямої фінансової підтримки окремим підприємствам з метою покращення їх фінансового стану. Генеральний директорат сільського господарства Європейської Комісії має право перевіряти надання фінансової підтримки агропромислового виробництва з боку держав-членів ЄС на предмет їх відповідності вимогам загальноєвропейського законодавства [2, с. 21].

З урахуванням загальних принципів рамкових умов надання державної підтримки агропромислового виробництва можна виокремити наступні її види [8, с. 219]:

- надання підтримки інвестиційній діяльності сільськогосподарських підприємств. Сума державних субсидій при цьому не може перевищувати 40% від суми інвестованого підприємством капіталу для загальних умов та 50% - для підприємств, що працюють у несприятливих природних умовах;
- надання підтримки та компенсацій для проведення природоохоронних та екологічних заходів;
- надання допомоги при проведенні заходів щодо вирівнювання природних умов для сільськогосподарської діяльності;
- надання підтримки при створенні власних підприємств молодими сільськогосподарськими працівниками;
- фінансова підтримка при виведенні агропромислових потужностей з обороту з метою підтримки ринкової стабільності галузі;
- надання підтримки при заснуванні кооперативів по переробці сільськогосподарської продукції;
- допомога при ліквідації наслідків природних катастроф, посух, захворювання рослин, епідемій тварин шляхом безкоштовного надання прямих товарних засобів, покриття страхових премій та покриття ризиків;

- надання підтримки при виробництві та реалізації високоякісних сільськогосподарських продуктів та покращення генетичної якості тваринного поголів‘я;
- допомога для регіонів, відрізаних від материкової частини та островів Егейського моря.

Німеччина приділяє велику увагу на національному рівні наданню сприяння розвитку сільськогосподарського виробництва та державної підтримки власним агропромисловим підприємствам.

Німецькі аграрії отримують дотації, субсидії та компенсаційні виплати щорічно на суму близько 5,7 млрд. євро в рамках впровадження спільних європейських програм щодо розвитку сільської місцевості, підвищення культури використання земель, розвитку окремих галузей виробництва сільськогосподарської продукції [5, с. 2].

Необхідно акцентувати увагу на тому, що Німеччина є країною зі змішаним типом сільськогосподарського кредитування, що характеризується наявністю на кредитному ринку комерційних банків і спеціалізованих установ. Німеччина, як і більшість країн-членів ЄС, зараз знаходиться на шляху до того, щоб створити т.зв. систему партнерства у сфері прийняття ризиків між фермерами, страховими компаніями та державними органами влади [6, с. 4].

Система державної підтримки страхування в сільському господарстві стосується, перш за все, такої сери, як страхування врожаю.

Перша і головна мета страхування врожаю – надання гарантій фермеру щодо можливості отримання врожаю, якщо виникають ситуації (наприклад, стихійні лиха), що можуть його знищити, такі, як посуха, град, ураган. На сьогоднішній день питання про те, які конкретні індивідуальні небезпеки є предметом страхування врожаю, є не вирішеним. При цьому не вирішено, чи мається на увазі повна компенсація збитків, пов'язаних з втратою врожаю, чи часткова компенсація [3, с. 361].

Поряд із санкцією повної чи часткової компенсації збитків від втрати врожаю для фермерів, метою страхування врожаю є поліпшення фінансового стану фермеру з урахуванням його кредитоспроможності. Кредитори будь-якого характеру, будь то банки або приватні кредитні установи, тобто приватні джерела кредитування, безумовно, віддають перевагу тому фермеру, в якого існує гарантія визначеного мінімуму збереження свого доходу при виникненні стихійних лих і, відповідно, втрати врожаю. Реальна можливість прораховувати прибутковість того чи іншого фермера або фірми є однією з умов успішного страхування врожаю. Це є стимулом для фермера знаходитися на рівні сучасних технічних і технологічних досягнень та використовувати у своїй діяльності передову техніку і надійні засоби захисту врожаю [3, с. 362].

Таким чином, можна стверджувати, що страхування врожаю має і позитивний ефект для економіки ФРН в цілому. Не менш важливим є соціальний аспект. При цьому мається на увазі ситуація, коли у фермера існує гарантія того, що у випадку часткової або повної втрати врожаю він може розраховувати на компенсацію. В цьому випадку він з впевненістю буде продовжувати займатися своєю діяльністю. Іншою стороною соціального аспекту є перспектива зниження міграції сільського населення в міста. Крім того, даний аспект виступає фактором збереження робочих місць і, в цілому, соціальної структури суспільства [4, с. 356].

Оцінюючи можливості, пов'язані зі страхуванням врожаю, необхідно підкреслити, що страхування ніяк не може бути компенсацією, що є неадекватною сільськогосподарській політиці. Воно є своєрідним інструментом підтримки і стабільності, але не заміною неадекватної компенсації сільськогосподарської політики.

Слід також зазначити, що економічний тиск на німецького та західноєвропейського фермера в останні роки зростає. Насамперед це пов'язано з тим, що Європейський Союз поставив собі задачу запровадження нової сільськогосподарської політики. На сьогодні фермери перебувають перед погрозою того, що на 15% знизиться втручання держави в цінову політику на зернові культури, на 20% - у встановлення цін на яловичину, а також на 10% торкнеться обов'язкових відрахувань на орні землі. Маються на увазі 10% орних земель, від яких фермери повинні обов'язково відмовитися, і на яких має місце надвиробництво, тобто аграрії повинні в обов'язковому порядку скоротити на 10% свою оброблювану частину землі [7, с. 55].

У класифікації ризиків, що потенційно пов'язані із сільським господарством, першу велику групу складають особисті та майнові ризики. У свою чергу, приватні ризики поділяються на звичайно-природні, соціальні, економічні. Це т.зв. ризики для фермерів як таких. Другий компонент приватних ризиків — це ризики третіх сторін, третіх осіб [2, с. 19].

Майнові ризики підрозділяються на: економічні (до них належать, зокрема, коливання цін); соціальні ризики (такі, як соціальні безладдя, війни); технологічні і пов'язані з ними технічні ризики; якість управління, керівництва сільським господарством.

Далі слід також згадати велику групу звичайних або природних ризиків, тобто ризиків, пов'язаних зі шкідництвом комах, що можуть знищити врожай, хворобою рослин, хворобою тварин.

Наступну групу складають природні стихійні лиха. При цьому мається на увазі страхове покриття врожаю від пожеж, блискавок, граду, урагану, повені, підвищеної вологості, посухи, заморозків тощо.

Слід акцентувати увагу на тому, що Європейський Союз не володіє на сьогодні якоюсь єдиною системою державних заходів та мір, які уряди його держав-членів вживають у випадку втрати врожаю. Німеччина, як і кожна інша країна-член ЄС, має досить розгалужену систему таких заходів, але вона є індивідуальною. І оскільки цей індивідуальний характер типовий для конкретної держави, то проводити якісь узагальнення досить важко.

Такі заходи можна розподілити на дві групи. Перша група заходів — це т.зв. одноразові виплати. Друга — це субсидування премій по страхуванню врожаю. Незастраховані збитки від стихійних лих, таких, як, наприклад, повінь, виплачуються з державних фондів. Такі виплати дозволяються в країнах Європейського Союзу, якщо вони знаходяться в повній відповідності з тими правилами і з тієї регламентаційною базою, що існує в тій чи іншій державі [5, с. 11].

Прямі компенсації можливі тільки у тому випадку, якщо збиток, нанесений стихійним лихом, складає не менше 30% від передбачуваного врожаю. У цьому випадку стовідсоткова компенсація втрат вважається сумісної з принципами ринкового функціонування [5, с. 12].

Такі виплати можна називати субсидією, але у німецькій практиці це прийнято називати одноразовими державними виплатами, тому що вони не постійні, а сплачуються за необхідності.

Безумовно, одержання таких субсидій, їх розмір залежать від наявних фондів. Але при цьому дуже важливо підкреслити, що ніякого обумовленого законом права для одержання такої компенсації у фермера не існує, тобто це рішення приймається в кожному конкретному випадку. Оскільки правове регулювання тут не присутнє, то можна зробити висновок про те, що ця система ґрунтовно відрізняється від тієї, яку називають системою страхування врожаю. Страхування врожаю не тільки зменшує ризики, які постають перед

фермерами, але і надають останнім можливість брати участь в управлінні цими ризиками. Зокрема, страхова компанія гарантує відшкодування збитків фермеру, а держава своїми заходами гарантувати цього на жаль, не може [7, с. 56].

Цілий ряд країн, як у Європі, так і за її межами, вже зрозуміли, що страхування врожаю є дуже вагомим інструментом, політичним важелем забезпечення стабільності доходу фермера.

Європейський досвід цілого ряду років показує, що страхове покриття по великій кількості небезпек може пропонуватися страховою компанією фермеру тільки в тому випадку, якщо держава субсидіює якусь частину премії.

Так, у Німеччині держава не субсидіює приватне страхування врожаю. При цьому, коли ми говоримо про приватне страхування врожаю, мається на увазі, тільки страхове покриття від граду. У Німеччині немає ніякої державної системи допомоги на випадок збитків, пов'язаних з втратою врожаю. Тільки у виняткових випадках, коли фермер зіштовхується з якоюсь надзвичайною стихійною ситуацією, можуть бути прийняті конкретні рішення про виділення цьому фермеру допомоги. Прикладом цьому може служити повінь на р. Одер в 1997 р., коли Уряд Німеччини виплатив близько 250 млн. євро в рамках Програми допомоги в ліквідації наслідків цього стихійного лиха [3, с. 362].

Поряд з конкретними програмами допомоги окремих держав-членів, Європейський Союз також може надати окрему допомогу в таких випадках як регіональна організація. У деяких випадках, крім допомоги від федерального Уряду або від Європейського Союзу, створюються також спеціальні програми / фонди земельних урядів конкретних федеральних земель у Німеччині. Зокрема, у Баварії існує т.зв. Директива або Розпорядження про надання фінансової допомоги. Ще один варіант назви цього документа — Розпорядження про надання допомоги в надзвичайних ситуаціях.

Відповідно до Розпорядження Уряду федеральної землі Баварія в рамках такої допомоги може створюватися фонд розміром – не більше 1 млн. євро на рік, а в рамках допомоги в надзвичайних ситуаціях розмір такого фонду не повинен перевищувати 205 тис. євро на рік [2, с. 25].

Розкриваючи небезпеки, які входять у можливе одержання допомоги з такого фонду (мається на увазі фінансова допомога на відміну від допомоги в надзвичайних ситуаціях), слід зазначити, що вони (безпеки) повинні бути такого роду, щоб для них не існувало страхового покриття приватними страховими компаніями, а саме – повінь, ураган та інші стихійні лиха (тут конкретно перелічуються стихійні лиха, оскільки приватне страхове покриття, як вже зазначалось, стосується тільки граду).

У випадку надання допомоги в надзвичайних ситуаціях на додаток до природних катастроф до переліку включається пункт про втрату худоби. Зокрема, у 1994-1995 рр. у Німеччині т.зв. класичною свинячою лихоманкою був знищений великий відсоток поголів'я свиней [1, с. 14].

Характеризуючи умови, яким необхідно задовольняти для того, щоб одержати такого роду компенсаційні виплати від держави, звернемо увагу на те, що першою умовою є вичерпаність власних фермерських фондів. Іншою умовою є мінімальний рівень збитків (як правило 1534 євро), що оговорюється, для фермера, після якого може бути надана допомога держави. Будь-які збитки, нижче цього рівня, не компенсуються державою. При цьому, щоб краще орієнтуватися в даному питанні, потрібно уявляти собі, що середній розмір ферм у Баварії становить 17 га [1, с. 9].

Програма фінансової допомоги припускає максимальну компенсацію державою не більше 35% збитків, а програма щодо надзвичайних ситуацій — не більше 20%. Їх на-

дання залежить від кожного конкретного випадку, але, знов-таки, ніякого законодавчого, обґрунтованого права у фермера на таку компенсацію немає. Усяке питання про компенсацію є окремим рішенням конкретного органу влади, - федерального Уряду або Уряду федеральної землі, якщо це Європейський союз, то – його відповідного органу. При цьому фермер одержує цю компенсацію через великий термін часу після випадку (від 12 до 15 місяців), що відбувся [2, с. 18].

Сільськогосподарське страхування здійснюють різного типу компанії — як акціонерні компанії та компанії взаємного страхування, так і т.зв. спеціалізовані компанії. Але спостерігається тенденція до збільшення ролі спеціальних сільськогосподарських страхових компаній. Прикладом є діяльність компанії «Альянс». Вона є найбільшим страховиком сільського господарства як у Європі, так і в Німеччині. Політика, чи філософія цієї компанії пропонує клієнту широкий набір страхових послуг, включаючи сільське господарство [4, с. 358].

Приблизно в 70-х рр. минулого століття ця компанія прийшла до висновку, що мати гарний прибуток у сільському господарстві досить важко і тому припинила діяльність по страхуванню сільського господарства. Нещодавно вона її відновила, але поки що в невеликому обсязі, вважаючи, що це, все-таки, та ринкова ніша, яку важко зайняти [4, с. 359].

Насправді компанії, що займаються т.зв. багатолінійним бізнесом, тобто працюють у різних сферах страхування, структурно, фактично, не дуже добре пристосовані для того, щоб працювати в сільському господарстві. Адже треба реально знаходитися в сільській місцевості, мати тісні контакти з фермерами, із Спілкою фермерів, для того, щоб знати, що там відбувається, і в якому напрямку розвивається ситуація в тій чи іншій місцевості. Можна передбачити, що майбутнє у цій сфері страхування належить спеціалізованим компаніям, що будуть спеціалізуватися у визначеній галузі економіки.

Спеціалізованою компанією може бути як акціонерна компанія, так і взаємна компанія, - коли фермери є власниками компанії.

У Німеччині не існує правового поняття «фінансовий лізинг» чи «фінансова оренда»; в цій країні законодавству відомий «лише» лізинг (чи оренда) «у цілому».

Досвід нових земель Східної Німеччини є показовим у цьому відношенні. В перші роки після об'єднання Німеччини багато власників землі сільськогосподарського призначення (колишні працівники колективних сільськогосподарських підприємств в НДР, а також багато громадян як Східної, так і Західної Німеччини, які повернули землю у свою власність) здавали землю в оренду фермерам і сільськогосподарським підприємствам за дуже малу плату. Зокрема вони погоджувалися на таку низьку орендну плату, тому що вони знаходилися під тиском або почували себе зобов'язаними підтримувати фермерів, яким вони здають землю в оренду (наприклад, тому що ці фермери були членами сім'ї або їхні родичі працювали на цих фермах). Як можна передбачити, якщо фермер має платити менше, ніж його залишковий доход від роботи на землі, то він отримує надприбутки за рахунок власника землі. Тому добровільно погодившись на низьку орендну плату, власник землі може «субсидувати» фермерів за власним бажанням [3, с. 363].

Однак низька орендна плата була ще й такою з причини великої невизначеності, яка охопила фермерів у перші місяці після об'єднання. Фермери Східних Земель погоджувалися лише на низьку орендну плату, тому що вони не були впевнені щодо майбутньої прибутковості ведення сільського господарства. Ця невпевненість була частково викликана повністю новими ринковими умовами, в яких ці фермери тепер мали працювати (в Східних Землях сільськогосподарські підприємства мали реструктуруватися і пристосуватися до нових умов господарювання не протягом років, а лише декількох місяців), а частково

– невпевненістю щодо майбутніх політичних заходів. У 1990-1991 рр. ЄС обговорював найглибшу реформу аграрної політики у своїй історії і тому було невідомо, в якому напряму проходитиме ця реформа. Зрозуміло, що фермери з обережністю зв'язували себе дорогими орендними договорами, оскільки майбутню політику цінової підтримки ЄС ще не було затверджено [2, с. 24].

Насамкінець, у 1992 році було прийнято так званий МакШеррі пакет реформ, який знижував ціни підтримки зернових на 30% протягом трьох років і компенсував фермерам це зниження прямими платежами в середньому розмірі 600 нім. марок на гектар в Німеччині. Тому багато фермерів зі Східних Земель у середині 1990-х років опинилися у вигідній ситуації. Вони, можливо, платили лише 200-300 нім. марок орендної плати на гектар за довгостроковим договором оренди (часто укладеному на десять років), підписаному на початку 1990-х років, і отримували 600 нім. марок прямих платежів за виробництво зерна на цьому гектарі. Тим самим це гарантувало їм прибутки в розмірі 300-400 нім. марок з гектара за "незбиткового" виробництва зерна. Найбільш конкурентоспроможні фермери ЄС виробляють зерно не просто незбитково, а зі значними прибутками. Тому, сьогодні, через двадцять років, коли ці старі договори оренди, підписані на початку 1990-х років, закінчуються і підписуються нові, власники землі наполягають на одержанні більш високої частки цих прибутків. Тому більшість менш ефективних сільськогосподарських підприємств, які виживали протягом останніх двадцяти років за рахунок власників землі, потраплять під значний тиск [8, с. 217].

Зменшення ризику коливання цін є загальною практикою в західних країнах під час складання договорів оренди, в яких плата за гектар землі пов'язана з формулою ціноутворення на важливі продукти (такі як пшениця) або певний кошик продукції (наприклад, індекс цін на зернові).

В Німеччині обов'язки щодо використання землі в суспільних інтересах визначені в цивільному і аграрному законодавстві, яке регулює [7, с. 55]:

- угоди, пов'язані із земельними ділянками;
- порядок заселення земельних ділянок;
- здійснення землевпорядних дій;
- право одноосібного спадкування селянського господарства;
- заборони у сфері агротехніки;
- заходи щодо підтримання і догляду за земельними ділянками;
- порядок реалізації державних вимог щодо будівництва житла, комунікацій, доріг;
- охорону навколишнього середовища, пам'яток природи і архітектури;
- планування територій.

Для земельного ринку Німеччини характерна висока ступінь детальної правової регламентації земельних відносин при здійсненні угод із земельними ділянками. Законодавством визначено право переважного придбання землі тими, хто живе і працює на землі, регулюється порядок забудови земельних ділянок, а також встановлюється досить детальна процедура видачі дозволів на угоди із земельними ділянками.

Крім того, у ФРН існує спадкове право забудови. Це право фіксується не у Поземельній, а у спеціальній книзі. За набуття і утримання спадкового права забудови встановлені щорічні платежі на користь власника земельної ділянки (до 4% від вартості земельної ділянки під житловим будинком, 6% - під торгівельним закладом). Спадкове право забудови знаходиться у вільному обігу [4, с. 358].

Договір купівлі-продажу земельної ділянки у ФРН (включаючи супутні договори), договір щодо переходу титулу, а також заяви про реєстрацію переходу права власності готуються і посвідчуються нотаріусами. Договір, який підлягає нотаріальному посвідченню, складається з договору, за яким продавець продає, а покупець придбає нерухомість, а також з переведення прав на володіння, в якому продавець погоджується на переведення прав покупцеві, а останній приймає ці права. Покупець не стає власником земельної ділянки в момент підписання договору. Ці права він набуває тільки після здійснення державної реєстрації прав, що відбувається після виплати (частіше через нотаріуса) ціни продажу [4, с. 359].

Нотаріус оформляє договір купівлі-продажу земельної ділянки після визначення її меж. Якщо межі земельної ділянки не встановлені, нотаріус робить заяву (констатує ідентичність) про те, що земельна ділянка, яка продається, буде ідентичною тій, яка буде виміряна. Якщо немає впевненості у розмірах земельної ділянки, нотаріус у договорі зазначає, що остаточні розрахунки сторони здійснюють після точного визначення площі земельної ділянки. В процесі підготовки договору нотаріус зобов'язаний ознайомитись із записами у Поземельній книзі, перевірити їх правильність, повідомити покупцю про обмеження і обтяження земельної ділянки, пріоритетні права. Якщо покупець бажає придбати земельну ділянку без будь-яких обтяжень, усі кредитори повинні дати згоду на погашення боргів.

Нотаріус має повідомити покупцю про недоліки земельної ділянки. За послуги щодо складання проекту договору вимагається плата. Положенням про тарифи передбачається авансовий платіж. Свою винагороду нотаріус може вимагати через судового виконавця. Нотаріус робить попередній запис на користь покупця у Поземельну книгу. Це необхідно для того, щоб продавець не заявив до передачі ділянки покупцю будь-які інші умови, ніж ті, що визначені договором, або будь-які умови не заявив кредитор.

Після попереднього запису у Поземельну книгу ніякі нові умови і претензії покупцем не сприймаються. Попередній запис робиться в інтересах обох сторін. У випадках, коли покупець не знаходить кошти на придбання земельної ділянки, він має заявити про скасування попереднього запису у Поземельній книзі. Попередній запис означає, що покупець добивається швидкого переважного права придбання земельної ділянки і унеможливлює продаж її комусь іншому, навіть на кращих для продавця умовах, та унеможливлює після цього запису претензії невідомого на момент укладення договору кредитора, а також є підставою для оформлення іпотеки [2, с. 28].

Коли продавець відмовляється від договору після попереднього запису, покупець може заявити йому претензії.

Якщо угода не відбулася, сторони з'ясовують свої взаємні претензії через адвоката, а не через нотаріуса.

У договорі передбачається компенсація за несвоєчасну передачу земельної ділянки і будівель та споруд. Обумовлюються також строки і умови знесення будівель і споруд, вивезення сміття тощо. Визначається стан будівель, які продаються разом із земельною ділянкою (заносяться вимоги аж до підмітання підлоги).

У договорі має бути заява про те, що територіальна громада не має пріоритетного права на придбання цієї ділянки у суспільних інтересах. Територіальна громада може визначити пріоритетне право, зробивши загальне оголошення щодо своїх намірів територіального розвитку.

Договір купівлі-продажу земельної ділянки оформляється в день звернення сторін до нотаріуса. В наступні два дні нотаріус має звернутись до територіальної громади і у ві-

домство Поземельної книги. Якщо територіальна громада протягом шести тижнів не заявила про своє переважне право, то вважається, що вона дає згоду на купівлю-продаж.

Нотаріус оформляє також і заяву про перехід права на придбану нерухомість. Це необхідно, оскільки покупець не хоче вносити гроші перш, чим пересвідчиться, що він матиме у власності земельну ділянку, а продавець має бути впевнений, що він отримає ці гроші. Як правило, кошти за земельну ділянку кладуть на депозит нотаріусу [2, с. 30].

Договір купівлі-продажу земельної ділянки в Німеччині – це надзвичайно детальний і складний документ. Після його підписання сторонами нотаріус надсилає фінансовому органу повідомлення щодо продажної ціни. Після набуття договором чинності фінансове управління надсилає покупцеві вимогу щодо сплати податку за придбання ділянки. Після сплати податку фінансове управління повідомляє про це нотаріусу, який набуває можливості занести інформацію у Поземельну книгу.

Договір купівлі-продажу земельної ділянки не буде чинним, якщо не буде висловлена згода дружини чи чоловіка (якщо останній не є покупцем). Таким чином, законодавство забезпечує сім'ю від ризику руйнування її матеріального стану.

Мито із земельного обігу сплачується за нормативними цінами, які визначає оціночна комісія.

При публічних торгах важливе значення має стартова ціна. Можливі випадки продажу державою або муніципалітетом земельних ділянок дуже дешево (наприклад, за 1 євро) але при певних умовах: створення робочих місць, випуск потрібної продукції, вкладення у виробництво обумовленої суми тощо. У таких випадках у договорах купівлі-продажу робиться застереження, що при наступній продажі земельної ділянки покупцем ця ділянка повертається попередньому власникові за тією ж ціною. Але у цьому випадку є небезпека перепродажу земельної ділянки підставній фірмі, яка штучно банкрутує. Ділки реальну вартість земельної ділянки кладуть собі в кишеню [1, с. 12].

Система функціонування іпотечних банків у сфері сільськогосподарського кредитування піклується, передусім, залученням на ринку капіталів дешевих грошей для даного виду кредитування. Німецькі іпотечні банки є спеціалізованими кредитними установами проводять, як правило, лише дві операції [2, с. 19]:

- надання кредитів з іпотечним забезпеченням;
- кредитування держави.

При цьому іпотечний банк має право надати кредит під 100% ринкової вартості заставленої нерухомості (землі). Заставна вартість нерухомості в Німеччині – 60%. За її допомогою забезпечується кредит. Існує спеціальна служба нагляду за іпотечними банками. Контролюється маса покриття, яка опрацьовується спільно із поручителем (довіреною особою). Цей орган не виконує директив банку. Він є незалежним. Система поручительства в Німеччині менш досконала, ніж у Франції, – так її оцінюють банківські працівники. Слід зазначити, що поручителі – люди з великими професійними знаннями. Це колишні судді та працівники державних установ. Поручителі не готують, а лише перевіряють рішення банку. Винагорода їх праці здійснюється органами банківського нагляду. Поручитель слідкує за тим, щоб сума покриття була достатньою для покриття заставних листів. Оцінку вартості об'єкту застави здійснюють фахівці, у тому числі ті, що працюють в банку. Є експерти, які визначають достовірність оцінки [2, с. 21].

Іпотечні кредити надаються на довгостроковий період (в Німеччині, на 15-25 років). Будь-який банк, що забезпечує гарантію позики об'єктами нерухомості, бажає знати майбутню вартість цих об'єктів через п'ять або десять років. Хоча це не можна передбачити навіть у стабільних країнах Заходу, кредитор почуває себе більш захищеним, якщо іпо-

течний кредит покриває лише частину поточної вартості об'єкта нерухомості. В Німеччині ця частка становить 60% [2, с. 30].

Частка німецьких іпотечних банків на ринку кредитування житла (у т.ч. для будівництва на селі) – 27%, на ринку фінансування промислового будівництва – більше половини; будівельних ощадкас – до 20%. Останні отримують значні державні асигнування (але система ощадкас з 2005 року скасована за рішенням ЄС). При цьому, на 100 євро доходу інвестується 30,5 євро в іпотечному банку. Існує певний резерв для обслуговування ризиків [5, с. 11].

Європейські та німецькі дослідження показують, що 75% німецьких компаній використовують лізинг, більшість з них працюють у сфері послуг, менша частина у сільськогосподарському виробництві [5, с. 10].

Підсумовуючи, зазначимо, що в даний час відбувається жорстка конкуренція між лізинговими компаніями у сфері сільського господарства, а у майбутньому очікується скорочення розмірів й інноваційних продуктів. У ФРН на даний час існує велика кількість лізингових компаній, 57 з них входять до німецької лізингової асоціації [7, с. 57].

Порядок оподатковування лізингових угод викладається в листах Федерального міністра фінансів від 19 квітня 1971 року і від 22 грудня 1975 року. Лізингові угоди, які укладаються у відповідності з установленими нормами, дозволяють скористатися також податковими пільгами [6, с. 5-7].

Література

1. Bilaterales Kooperationsprogramm des BMELV mit dem Ausland. – Berlin, Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. – 19.11.2011. – 17 S.
2. Förderung landwirtschaftlicher Unternehmen – 2011. Agrarinvestitionsförderungen durch EU, Bund, Länder und die Landwirtschaftliche RentenbankLiebe landwirtschaftliche Unternehmerinnen und Unternehmer. – Berlin, Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. – Dezember 2011. – 32 S.
3. Kalisch M., Van Elsen T. Innovative Fallbeispiele Sozialer Landwirtschaft in Deutschland // Beitr. 11. Wiss.-Tagung Ökol. Landbau. – Band 2. – Gießen, 2011. – S. 360-363.
4. Kraiss K., Van Elsen T. Community Supported Agriculture (CSA) – ein nachhaltiges Konzept für ländliche Räume // Beitr. 11. Wiss. - Tagung Ökol. Landbau. – Band 2. – Gießen, 2011. – S. 356-359.
5. Programm des BMELV zur Förderung der Exportaktivitäten der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft. – Berlin, Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. – 07.06.2011. – 13 S.
6. Richtlinie des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) für ein Liquiditätshilfeprogramm für die Landwirtschaft in den Jahren 2010 und 2011. – Berlin, Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. - 03.02.2010. – 10 S.
7. Van Elsen T. Soziale Landwirtschaft schafft Arbeitsplätze // Agrarsoziale Gesellschaft e.V. (Hrsg.) / Ländlicher Raum. - № 62 (03). – Göttingen, 2011. – S. 53-57.
8. Von Urff W. Agrarmarkt und Strukturen des ländlichen Raumes in der Europäischen Union // Europa-Handbuch. - Band I. – Die Europäische Union-Politisches System und Politikbereiche. – 3. Auflage, W., 2006. – S. 215-222.

Pryyatelchuk O.*

CURRENT STATE AND PROSPECTS OF UKRAINE-EU COOPERATION IN AGRICULTURAL SECTOR

Key words: Free Trade Area Agreement, Ukraine-EU cooperation, agricultural sector.

Ukraine has a considerable, physical agricultural potential. It combines a large area (33.3 mill. ha. of cropland and 7.5 mill. ha. of permanent pasture) with fertile soils (roughly 40% of the world's black soils), year-round ice-free ports and proximity to key import markets in the Middle East, Northern Africa and the EU.

To date, Ukraine is one of the active players on the global food market. Since Ukraine became an immediate neighbor of the European Union, the EU has been the largest market for Ukrainian goods and a source for growth and widening of the Ukrainian import. In so doing, the reduction of the average weighted tariff and introduction of the unified system of trade rules and administrative procedures due to the EU expansion played a positive role for most Ukrainian exporters.

The Ukrainian agricultural sector has significant advantages due to favorable natural conditions. Ukraine is a key player in the global agrarian market, in particular, the grains market. Ukraine is one of eight major grains exporters in the world. The EU member states import Ukrainian wheat (Italy, Spain, and the Great Britain being largest importers). On the whole, Ukraine provides four per cent of the soft wheat and 16% of the maize imported by the EU (Spain, Portugal, the Netherlands, Italy, and the Great Britain being largest importers).

The EU remains Ukraine's main trading partner, accounting for a quarter of Ukrainian exports and a third of its imports. Trade turnover between the European bloc and Ukraine peaked at $40 billion in 2010. Ukraine's main exports to the EU are agricultural products, energy, chemicals, iron, and steel. EU exports to Ukraine are mostly machinery, transport equipment, chemicals, textiles and clothing, as well as agricultural products.

Negotiation process on creation of Ukraine-EU free trade zone is very active. In the future the Agreement on Free Trade Area between EU and Ukraine, the conclusion of which was envisaged by the Partnership and Cooperation Agreement, will serve as a means for addressing many problems. The negotiation on the creation of the free trade area has been underway for several years, and most provisions of this agreement have been already agreed upon. The Agreement on Free Trade Area is expected to be signed by the end of 2011 once all terms and conditions have been agreed. One should keep in mind that the Agreement on Free Trade Area is part of the Association Agreement between EU and Ukraine.

Once the Free Trade Area Agreement has been signed, import duties and limiting trade rules will be eliminated for a large number of goods. As far as the agriculture produce is concerned, the EU is ready to set zero tariffs for about 80% of agriculture products. The process of agreeing on the terms and conditions continues. It concerns mainly the use of geographical names in production and distribution of Ukrainian agriculture products.

* кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

© Pryyatelchuk O., 2012

The Ministry of Agrarian Policy and Food considers the major objective in concluding the FTA with the EU to be access facilitation for Ukrainian goods to the European market. Improvement of Ukrainian position on trading conditions for agricultural products is reflected in tariff proposals of both parties. A Memo was drafted and signed between the Ministry of Economy of Ukraine, the Ministry of Agrarian Policy of Ukraine and «Ukrwinprom», Ukrainian corporation on viniculture and winemaking industry, re understanding of the position of Ukrainian delegation during negotiations on free trade zone creation within the Ukraine-EU Association Agreement. Provisions of the Memo are taken into account during negotiations.

Such cooperation and creating of Free Trade Area is very desirable for Ukraine. Such deep and comprehensive FTA will offer Ukraine improved access to an EU population of 500 million. Ukrainian agricultural goods and foodstuffs will have to comply with international standards and Ukraine itself will have to adopt and adhere to those standards. Export markets will gain further confidence in the Ukrainian produce and Ukrainian consumers themselves will benefit from the implementation of standards on the domestic market.

Active cooperation is maintained with the EU under the Memorandum of Understanding between the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine and General Directorate of European Commission entitled "Agriculture and Rural Locality Development". In the framework of Memorandum the Ukraine-EU Dialog on agrarian issues and the Working Group meetings are held twice a year, as well as the meetings at political level between the Minister of Agrarian Policy and Food and the European Commissioner for Agriculture and Rural Development.

Ukraine-EU cooperation is effected in the framework of TAIEX institutional development instrument and TWINNING projects. TAIEX institutional development instrument provides for short-term technical assistance to approximate the national legislation to EU regulations and standards and its further fruitful implementation. Priority objective of TWINNING projects is to assist in introduction of EU laws and regulations required for integration into the EU internal common market and formation of the active competitive market agroeconomy.

Ukraine establishes active cooperation in agricultural area with the Central European Initiative, the Black Sea Economic Cooperation (BSEC) Organization, the International Epizootic Bureau, the International Plant Protection Convention and the others.

Since 2003 Ukraine is a fully fledged membership of the UN Food and Agriculture Organization (FAO). The FAO membership makes possible for Ukraine to get the FAO technical assistance, take part in the development of international standards and join the international quality and safety standards of agricultural and food products, accede the FAO informational network, together with FAO commence pre-investment study of the respective agriindustrial sectors, introduce monitoring systems, utilize FAO capacities to attract financing from the leading international organizations to implement priority projects, etc.

The Free Trade Agreement is only the beginning of a closer collaboration with the European Union. On offer from the EU side is an Association Agreement for Ukraine which will support deeper economic and social development. Ukrainian agriculture and rural areas stand to benefit from this closer collaboration. By adapting EU models for supporting rural development and stimulating and organizing agricultural production among the mass of medium and small scale farmers, there will be real opportunities for Ukraine to receive financial support from the EU for this process. Not only will this be in the form of increased EU technical assistance, but the potential is there for direct budget support from the EU side. To realize this support in the agricultural and rural sector, Ukraine needs to demonstrate that it is prepared to tackle these development issues by adopting robust sector strategies and introducing medium term budgeting to manage the process.

Nevertheless agriculture (including food products) is of particular interest for Ukraine. However, in FTAs involving the EU, agriculture is always given special treatment and subject to less and slower liberalization than other sectors. The only FTAs involving the EU that had a major agricultural component were the Europe Agreements with the countries of Central and Eastern Europe. But these were tailored towards EU accession from the very beginning, so they cannot serve as blueprints for possible negotiation outcomes involving Ukraine. For agriculture, the EU is unlikely to offer Ukraine more than it has already offered in the course of the ongoing Doha Round negotiations. A partner country's agricultural exports to the EU can increase as a consequence of an FTA, if the country succeeds in filling the quotas it receives. This highlights the importance of food safety and quality standards and certification systems.

In this sphere Ukraine still has a lot to do. For example, Ukraine should explore the possibility of securing assistance from the EU along the lines of the SAPARD program for EU accession candidates, which provided valuable technical support for the restructuring of the agri food industries and improving the institutional framework for agriculture. And even after it there is no guarantee for unqualified success of Ukrainian agro-industrial companies in the European market without further restructuring and improvement for all elements of this system.

Literature

1. Stephan von Cramon-Taubadel and others. Policies and Agricultural Development in Ukraine. Berlin, 2007.
2. Панорама аграрного сектора України: 2011. Міністерство аграрної політики та продовольства України.
3. Olzhas Auyezov. Agriculture sector to delay EU-Ukraine trade deal. http://uk.reuters.com.
4. José Roman. Agrarian sector of Ukraine uses less than half of the economic potential – EU. http://www.agrimarket.info

Романовський О.*

СУЧАСНИЙ УНІВЕРСИТЕТ У ГЛОБАЛЬНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

Досліджується феномен підприємницької діяльності ВНЗ (академічний капіталізм) і трансформації зарубіжних дослідницьких університетів у підприємницькі. Розглянуто основні етапи підприємницької діяльності дослідницьких університетів.

The phenomenon of higher education institution entrepreneurial activity (academic capitalism) is studied. The transformation of foreign research universities in the entrepreneurial institutions is analyzed. The main stages of entrepreneurial activity of research universities are considered.

Ключові слова: академічний капіталізм; дослідницький підприємницький університет; академічна підприємницька діяльність.

Вступ. Сучасні проблеми вищої школи загострилися і яскраво висвітлилися в Україні, Росії та в багатьох пострадянських країнах через труднощі трансформаційних змін в процесі переходу держав до нового політичного і суспільного-економічного устрою після отримання незалежності. За своєю суттю ці проблеми не є унікальними національними і повинні розглядатися в загальносвітовому контексті трансформації інституційних основ освіти. Нові умови існування університетів у глобальному бізнес-середовищі поставили перед науковим і освітянським співтовариством питання про те, чи можна зберегти колишній спосіб роботи, заснований на державному протекціонізмі і бюджетному фінансуванні вищої освіти, або ж слід пристосовуватися до нових умов, жертвуючи якоюсь мірою академічною свободою і включаючись у ринкову діяльність.

Глобалізація економіки, стрімке поширення впливу бізнесу на всі сфери діяльності людства, комерціалізація гуманітарних галузей суспільства і, особливо, вищої освіти вже з кінця 1980-х років призвела до виникнення феномену академічного капіталізму, комерціалізації результатів освітньої і науково-дослідницької діяльності провідних університетів [1;2], виникненню різноманітних підприємницьких університетів [3], університетів-підприємств [4] і університетських підприємств із комерціалізації результатів наукових досліджень [5]. Успішна трансформація великих дослідницьких університетів відбулася у США і деяких інших країнах світу, в Австралії підприємницькі університети перетворилися в університети-підприємства, а досвід Кембриджського підприємства (КП) з комерціалізації результатів науково-технічної і винахідницької діяльності професорів і науково-технічного персоналу університету Кембриджа просто вражають. Фінансові показники роботи ПК, отримані з його веб-сайту, свідчать, що в період із 1 серпня 2007 року по 31 липня 2010 року прибуток від передачі технологій та ін-

* доктор педагогічних наук, професор Українсько-американського гуманітарного інституту «Вісконсинський Міжнародний Університет (США) в Україні»

© Романовський.О., 2012

новацій склав 27,3 млн. фунтів; виплати академічному персоналу університету та іншим задіяним у діяльності підприємства особам – 22,3 млн. фунтів; операційні витрати – 7,6 млн. фунтів; інвестиції в патентну власність – 2,5 млн. фунтів. Ці кошти були отримані самостійно, додатково до бюджетних надходжень і оплати студентами навчання, що свідчить на користь академічного підприємництва.

Метою дослідження є аналіз феномену підприємницької діяльності університетів (академічного капіталізму) і трансформації зарубіжних дослідницьких університетів у підприємницькі, виявлення особливостей діяльності підприємницьких університетів, підприємств-університетів і університетських підприємств, оцінка внеску орієнтованих на підприємництво ВНЗ в науково-технічний, економічно-промисловий і соціальний розвиток різних країн світу, виявлення їх місця і ролі у глобальному бізнес-середовищі та сучасному суспільстві. Також важливим і актуальним є вивчення доцільності та можливості впровадження в Україні позитивного досвіду академічної підприємницької діяльності успішних дослідницьких університетів економічно розвинених країн світу, пошук шляхів перетворення вітчизняних університетів у підприємницькі та підвищення ефективності співпраці українських ВНЗ із промисловістю та урядом (державою).

Під час аналізу підприємницько-орієнтованих ВНЗ стратегія дослідження базувалася на системному принципі з використанням структурно-функціонального, системно-діяльнісного і системно-генетичного підходів. Під час емпіричного й теоретичного дослідження особливостей і шляхів академічного підприємництва використовувалися методи абстрагування, аналізу і синтезу, індукції, дедукції, моделювання, аксіоматичний, статистичний, а також системно-структурні та теоретико-інформаційні методи досліджень.

Термін «академічний капіталізм» у 1990 році запропоновано Едвардом Хаккетом [1] для визначення важливих структурних змін в науці. Важливою теоретичною роботою в цій галузі стала монографія Шейлі Слотер і Гарі Родерса [2], в якій вони зазначили, що для того, «щоб зберегти або збільшити ресурси, викладачі повинні все більшою мірою конкурувати за «зовнішні» долари, які є пов'язаними з ринково-орієнтованими дослідженнями, що відносяться до різних прикладних, комерційних, стратегічних і цільових досліджень. Ці гроші можуть бути у формі дослідницьких грантів і контрактів як наслідок партнерства з промисловістю і урядом, трансферу технологій або ж у формі залучення більшого числа студентів, здатних запропонувати вищу плату за навчання». Автори книги називають «ринкову або ринково-подібну (marketlike) діяльність ВНЗ як закладу, так і його співробітників – викладачів і науковців із залучення зовнішніх грошових коштів академічним капіталізмом». Головними суб'єктами академічного капіталізму виступають «підприємницько-орієнтовані ВНЗ» разом із своїм професорсько-викладацьким, науковим, інженерним і допоміжним персоналом (із обов’язковим залученням студентів). Концепцію «підприємницького університету» запропонував Бартон Кларк [3], який професійно дослідив і вперше задекларував абсолютно новий спосіб функціонування академічного співтовариства і університету в цілому – як університету підприємницького типу. В ньому активна підприємницька концепція, окрім реакції на запити клієнтів, включає активний компонент формування внутрішнього середовища у відповідності до потреб подальшого ефективного розвитку університету. У цій концепції робиться наголос на тому, що університет повинен зробити сам, щоб успішно відповідати зовнішнім викликам. Концепція є конкретною, побудованою на основі вивчення досвіду декількох динамічних і успішних університетів, що розвиваються і являють собою позитивний приклад. Кларк розглядає термін «підприємницький» як характеристику суспільної системи –

тобто, університету в цілому із його підрозділами, дослідницькими центрами, факультетами, школами і периферією. На думку Б.Кларка, ефективне колективне підприємництво не виводить університет за кордони його законної академічної діяльності; навпаки, академічне підприємництво створює додаткові ресурси і інфраструктуру, що дозволяє укріпити репутацію університету. Він пропонує наступні напрями трансформації звичайної університетської структури до підприємницького уні¬верситету: посилення управлінського ядра університету; розширення і розвиток університетської периферії; диверсифікація джерел фінансування; стимулювання основного професорсько-викладацького складу; розвиток інтегрованої підприємницької культури.

Основними етапами діяльності підприємницького ВНЗ у сфері продукування нових знань, пошуку замовлень, інвесторів, виконавців НДР і ДКР, організації заходів із захисту авторських прав, ліцензування і комерціалізації результатів НДР і ДКР є:

1. Пошук потенційних замовлень на НДР, проектів, ПКР, пошукові дослідження щодо нових напрямів науки і техніки, інноваційних технологій тощо.

2. Добір виконавців з числа наукового, інженерного і викладацького персоналу; широке залучення студентів, аспірантів і докторантів до наукових досліджень, проектно-конструкторських та інженерно-технічних робіт. Організація виконання фундаментальних і прикладних досліджень.

3. Здійснення захисту авторських прав: патентування винаходів, відкриттів, інноваційних науково-технічних розробок, ліцензування результатів НДР і ПКР. Передача звітів із НДР і ПКР замовникам (за договорами або контрактами на виконання пошукових наукових досліджень, при необхідності – передача замовникам дослідних зразків). Підписання актів прийому-передачі і закриття договорів (контрактів).

4. Пошук потенційних споживачів результатів НДР і ПКР, продаж ліцензій на право використання результатів НДР і ПКР.

5. Розробка дослідних зразків і організація малосерійного (а за наявності необхідних можливостей – великосерійного) виробництва продукції (зразків, виробів, обладнання, устаткування, технічних засобів, технологій тощо).

6. Подальша реалізація потенційним споживачам результатів НДР і ПКР.

7. Зворотній зв’язок: відгуки споживачів, промисловості, пропозиції щодо вдосконалення або переробки проектів і дослідних зразків.

8. Реагування на відгуки споживачів, промисловості, пропозиції щодо вдосконалення або переробки проектів і дослідних зразків.

9. Запуск вдосконаленої (доробленої) продукції (зразків, виробів, обладнання, устаткування, технічних засобів, технологій тощо) у промислове (серійне) виробництво. Відрахування дивідендів на рахунок університету.

10. Рекламна та маркетингова діяльність щодо спільного з промисловими (індустріальними) та виробничими підприємствами просування виробленої продукції (виробів, обладнання, устаткування, технічних засобів, технологій тощо) на внутрішні та міжнародні ринки, інформування потенційних споживачів щодо переваг її переваг, участь у конкурентній боротьбі на ринках збуту, розробка заходів щодо подальшого її вдосконалення у відповідності до ринкових потреб і вимог.

11. Реінвестування отриманих коштів від комерційного використання результатів наукових досліджень у діяльність університету.

12. Широке інформування суспільства щодо результатів НДР, ПКР і фундаментальних наукових досліджень з метою набору максимальної кількості абітурієнтів для вступу і навчання у ВНЗ, залучення додаткових науково-дослідницьких ресурсів, запрошення до

співпраці видатних вчених (дослідників, науковців, інженерів-конструкторів) та інших практиків. Проведення форумів, з'їздів, міжнародних, національних і регіональних конференцій, колоквіумів, семінарів, круглих столів, видання результатів наукових зібрань тощо.

Основні етапи діяльності підприємницького ВНЗ із комерціалізації результатів у сфері передачі нових знань у процесі надання вищої освіти та інших освітніх послуг, розробка новітніх навчальних планів і програм, введення нових дисциплін, нових спеціалізацій, нових спеціальностей і нових напрямів освіти (у тому числі – вищої освіти) є такими:

1. Пошук нових навчальних засобів передачі знань. Розробка і впровадження у навчальному процесі:

2. Інноваційних напрямів навчання, нових спеціальностей, спеціалізацій, дисциплін, курсів.

3. Інноваційних навчальних планів, навчальних програм, програм курсів (лекцій, практичних і семінарських занять тощо).

3. Інноваційних методів і методик навчання.

4. Інноваційних навчально-методичних розробок, навчально-методичних матеріалів (НММ) і навчально-методичних комплексів (НМК), посібників, підручників тощо.

5. Інноваційних методів і методик навчання (викладання) – проведення лекцій, семінарських і практичних робіт, «кейсових методів» (розбір практичних ситуацій), ігрових методів навчання, курсових форм навчання й поглиблення (підвищення, поліпшення) знань, підвищення кваліфікації, перепідготовки, надання другої (іншої) освіти, самостійного навчання тощо.

6. Застосування інноваційних технологій навчання: інформаційні технології, дистанційне навчання, дистанційний контроль самостійного навчання студентів.

7. Розробка і впровадження інноваційних методів і методик контролю засвоєння знань і оцінки результатів навчання (нові види, методи і методики проведення екзаменів, тестів, контрольних і перевірочних робот, самостійний контроль) студентів.

8. Оформлення патентів, авторських свідоцтв, захист інтелектуальної власності розробників інноваційних методів, методик і технологій навчання, інноваційних навчально-методичних розробок, НММ, НМК, навчальних програм, курсів тощо.

9. Добір висококваліфікованого професорсько-викладацького складу.

10. Набір і навчання студентів на контрактній основі.

11. Набір іноземних студентів і навчання їх на контрактній основі.

12. Пошук потенційних замовлень і замовників на підготовку і перепідготовку кадрів (в тому числі – науковців різних наукових ступенів), підвищення кваліфікації, отримання другої (іншої) освіти, курсові форми підвищення (поглиблення) знань, НДР, проектів, ПКР, пошукові дослідження щодо вдосконалення існуючих НММ (НМК).

13. Пошук потенційних місць проходження професійної (виробничої) практики і роботодавців (фірм, компаній, підприємств, установ, закладів, інших організацій.

для випускників ВНЗ.

14. Зворотній зв'язок: відгуки з місць проходження професійної (виробничої) практики і роботодавців щодо якості підготовки студентів у ВНЗ і пропозиції щодо вдосконалення навчального процесу або освітніх послуг.

15. Реагування на відгуки з місць проходження професійної (виробничої) практики і роботодавців щодо якості підготовки студентів у ВНЗ і пропозиції щодо вдосконалення навчального процесу або освітніх послуг. Удосконалення навчальної (освітньої) діяльності.

16. Рекламна та маркетингова діяльність, а також широке інформування суспільства щодо результатів навчальної (освітньої) діяльності ВНЗ, якості підготовки фахівців, використання новітніх засобів методів і технологій навчання, високої конкурентоспроможності ВНЗ на внутрішньому та зовнішньому ринках освітніх послуг, а випускників ВНЗ – на внутрішньому та зовнішньому ринках праці з метою набору максимальної кількості абітурієнтів для вступу і навчання у ВНЗ, залучення додаткових фінансових ресурсів (грантів, фондів, дотацій, пожертв меценатів тощо), запрошення до співпраці видатних викладачів, вчених та інших практиків

17. З метою підвищення іміджу, конкурентоспроможності, глибокого вивчення ринків науки, освіти, професій, праці, а також попиту суспільства на навчальні та освітні послуги – проведення різноманітних майстер-класів, освітньо-культурних і навчально-методичних семінарів, зустрічей з абітурієнтами, їхніми батьками, потенційними роботодавцями, днів кафедр, факультетів, відкритих дверей ВНЗ, ярмарок професій і випускників, організація відкритих лекцій тощо.

18. З метою розширення міжнародного співробітництва і збільшення набору іноземних студентів – організація широкомасштабних міжнародних проектів і програм із співробітництва з зарубіжними країнами, пошук посередників (організацій і фізичних осіб) із добору потенційних абітурієнтів з числа іноземних громадян на різні форми навчання.

Основними етапами діяльності підприємницького ВНЗ із комерціалізації адміністративно-господарських і виробничих послуг, надання лікувальних,

спортивно-оздоровчих послуг, утворення власних господарств і виробництв є:

1. Адміністративно-господарське забезпечення навчального процесу й освітніх послуг, науково-дослідницької діяльності та винахідництва, науково-технічної, проектно-конструкторської, інженерно-технічної та виробничої діяльності.

2. Видавничо-виробнича діяльність: розробка і видання фундаментальної та популярної наукової, навчально-методичної літератури та періодичних видань, сприяння підготовці та виданню художньої літератури тощо.

3. Експертно-патентна та бібліотечна діяльність: виконання експертиз та експертних оцінок у всіх галузях знань, науки і техніки, патентування та охорона авторських прав на винаходи, формування та ведення бібліотечних фондів, надання послуг із множення бібліотечно-бібліографічних матеріалів тощо.

4. Надання на бюджетній (для студентів, викладачів, науковців і співробітників ВНЗ) і комерційній (для сторонніх користувачів) основі інформаційних послуг, організація та надання Інтернет-послуг, впровадження новітніх Інтернет-технологій, організація Інтернет- та Інтранет-мереж, розробка та впровадження спеціального програмного забезпечення дистанційних методів доступу до інформації та навчання, розробка баз даних і баз знань, надання до них доступу користувачам через інформаційні мережі, апаратно-інформаційна організація та підтримка дистанційного навчання тощо.

5. Організація на бюджетній (для студентів, викладачів, науковців і співробітників ВНЗ) та комерційній (для сторонніх користувачів) основі різноманітних заходів і програм (лекції, семінари, доповіді, виступи перед слухачами і в мас-медіа) з метою популяризації та розповсюдження знань, інформації щодо новітніх досягнень людства у розвитку науки, техніки і технологій, різних сфер людської діяльності, екологічної та медичної просвіти.

6. Організація на громадських засадах і комерційній основі молодіжних таборів для студентської молоді і членів місцевої (регіональної) громади; створення на території кампусу дитячих садків для дітей співробітників закладу і членів місцевої громади; органі-

зація побутового обслуговування в кампусах ВНЗ, надання інших видів побутово-комунальних і ремонтно-будівельних робіт тощо.

7. Спортивно-оздоровча: залучення до занять фізкультурою і спортом усіх студентів і співробітників ВНЗ, організація участі всіх членів колективу ВНЗ у різноманітних змаганнях в індивідуальних і командних видах спорту, створення необхідних умов для участі спортсменів і команд у місцевих, регіональних, загальнодержавних і міжнародних змаганнях тощо. Організація та надання на комерційній основі спортивно-оздоровчих послуг та передача в оренду фізкультурно-спортивних комплексів для членів місцевої громади.

8. Лікувальна (у тому числі – на комерційній основі) діяльність (університетські медичні факультети і відділення, лікарні): надання лікувально-оздоровчих і клінічних послуг усім студентам, членам колективу ВНЗ і місцевої громади (на комерційній основі), концентрація на розробці і практичному використанні новітніх методів і засобів лікування, надання невідкладної медичної допомоги.

9. Організація на громадській і комерційній основі театральної та клубної діяльності на території кампусу для всіх членів колективу закладу і місцевої громади, спільна участь ВНЗ і місцевої громади у святкових заходах і урочистостях тощо.

10. Будівельно-ремонтно-експлуатаційна діяльність: будівництво і утримування кампусів із необхідною інфраструктурою (гуртожитки, будинки або квартири для викладачів і науковців, заклади харчування, побутових послуг, спортивні майданчики, лікарні або лікарняні пункти, власну охорону тощо), передача в оренду об'єктів капітального будівництва, нерухомості, обладнання, техніки, устаткування тощо.

11. Підприємницько-виробнича діяльність: виховання у населення Землі економічного мислення, підприємницького менталітету, необхідних професійних знань для здійснення підприємницької виробничої діяльності, економічного господарювання, розвитку та удосконалення суспільних економічних процесів, сприяння розвитку малого, середнього і великого бізнесу, навчання людей самореалізації та веденню власного бізнесу, професійна підготовка ефективних підприємців, виробників, управлінців (менеджерів), економістів для всіх сфер економічної діяльності, в тому числі – використання підприємництва та ринкових механізмів для успішного виконання місій і завдань ВНЗ, підвищення фінансової стабільності закладів для здійснення ними академічної діяльності тощо.

12. Для отримання додаткових коштів – організація власних експериментально-дослідницьких і виробничо-господарських господарств, підприємств, майстерень і побутових служб. А саме: сільськогосподарських і лісогосподарських ділянок; будівельно-ремонтних структур; поліграфічних підприємств; майстерень з обробки деревини і в подальшому виробництва різноманітної продукції (учнівські меблі, вікна і двері для освітніх закладів тощо); майстерні зі збору сучасних комп'ютерно-інформаційних засобів і устаткування; різноманітні побутово-сервісні служби тощо.

Результати дослідження: виявлено позитивний вплив академічного підприємництва на розвиток як університетів, так і систем вищої освіти країн в цілому; визначено необхідні умови для здійснення успішної підприємницької діяльності вітчизняних ВНЗ; досвід підприємницько-орієнтованого Томського держуніверситету систем управління і радіоелектроніки ілюструє можливість плідної співпраці з владою і промисловістю.

Висновки. Підприємницька діяльність вітчизняних ВНЗ може забезпечити не тільки економічний успіх, але й подальший науково-технічний розвиток. Кошти, отримані від комерціалізації результатів діяльності, можуть бути реінвестованими у поліпшення і вдосконалення всіх напрямів роботи ВНЗ. Для трансформації ВНЗ і їх успішної підприємницької діяльності необхідною є тісна співпраця з промисловістю і урядом.

Література

1. Hackett, Edward J. "Science as a Vocation in the 1990s: The Changing Organizational Culture of Science". Ohio State University Press, U.S.A. // The Journal of Higher Education, 1990. – Vol. 61, No. 3. – Pp.: 241–279.
2. Slaughter, S., Rhoades, G. Academic Capitalism and the New Economy. Markets, State and Higher Education. – USA: The Johns Hopkins Univ. Press, 2009. – 384 p.
3. Clark Burton R. Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. IAU PRESS. ISSUES IN HIGHER EDUCATION / Wagon Lane, Bingley BD16 1WA. – U.K.: Emerald Group Publ. Ltd. Howard House, 2008. – 164 p.
4. Marginson S., Considine M. The enterprise university: power, governance, and reinvention in Australia. – U.K.: Cambridge University Press, 2000. – 272 p.
5. Cambridge Enterprise commercialising University science. University of Cambridge, U.K. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.enterprise.cam.ac.uk (03.05.2011).

Рубцова М.*

ОСНОВИ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Процес глобалізації економічних зв'язків зумовлений розвитком інформаційних, технологічних структур, можливостями вільного переміщення капіталів вимагає від державних і бізнесових структур творчого підходу до прийняття рішень. Завдання для держави полягає у виборі і реалізації такої стратегії, яка забезпечувала б водночас відкритість економіки і її стійкість у випадках кризових явищ у світовому господарстві, а для господарюючих суб'єктів в умовах посиленої конкуренції - застосування нестандартних творчих ідей і рішень у бізнесі та управлінні.

У сфері управління стало вже традиційним використання реінжинірингу і контроллингу в рішенні поточних проблем, а також інформаційних технологій в розробці нових методів прогнозування ринкових ситуацій, необхідних для корегування стратегії.

Стратегічний менеджмент неможливий також без творчого мислення. Процес розробки місії підприємства і його стратегій - це процес творчості, навіть мистецтва. Інноваційний менеджмент тим більше ґрунтується на креативних рішеннях, творчих ініціативах керівників і виконавців. У той же час варто враховувати, що креативні рішення завжди характеризуються високим ступенем ризику, навіть непередбачуваністю. Звідси формується креативний підхід до сполучення мистецтва і наукового підходу в управлінні: «Сполучення наукового підходу і мистецтва в підготовці рішень характерно для бізнесу, і проблема полягає в тому, щоб кожен підхід знайшов своє місце»[4]

Узагальнюючи можна сказати, що креативний менеджмент тісно пов'язаний з розвитком таких напрямків менеджменту, як управління персоналом, стратегічний менеджмент, інноваційний менеджмент, організаційна культура підприємства, маркетинг.

В багатьох компаніях для прийняття раціонального рішення менеджерам, які не завжди мають вичерпану інформацію часто густо приходиться покладатись на інтуїцію і власний досвід так як, наприклад, у вертикально-інтегрованих компаніях, що мають складну ієрархічну організаційну структуру і таку ж складну систему управління. Для таких компаній розробка методології прийняття креативних рішень - одна із самих нагальних проблем управління.

У цьому зв'язку необхідне уточнення понятійного апарата креативного менеджменту. Креативний менеджмент має очевидний зв'язок з методами технічної творчості, де креативні технології застосовуються з великим успіхом уже тривалий час і створений комплекс методів для розробки творчих рішень. Тому в нинішніх умовах підвищеної інтенсивності конкурентної боротьби, що вимагає нових маркетингових ідей, удосконалювання реклами, більш активного використання нетрадиційних підходів у менеджменті доцільне застосування терміна «креативні управлінські рішення» замість терміна «творчі управлінські рішення».

---

* кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

© Рубцова М., 2012

Креативні управлінські рішення - це творчі рішення в сфері управлінської діяльності, процес розробки яких відрізняється творчим характером, а результати мають позитивні наслідки для колективу компанії, його партнерів (у тому числі споживачів) і суспільства в цілому.

У сфері науково-технічної творчості існують три його рівні: раціоналізація, винахідництво і відкриття. Раціоналізація припускає поліпшення існуючих характеристик процесу або об'єкта, винахідництво - створення нового продукту (процесу) на базі існуючого знання, відкриття - створення нового знання, невідомого раніше, що дозволяє створювати принципово нові продукти і процеси. Перший рівень пов'язаний з використанням раціонального або конвергентного мислення, другим і третій - із застосуванням конвергентного та дивергентного мислення. Відповідно у креативному менеджменті можна виділяти кілька видів рішень, заснованих на різних типах мислення - раціональному, пошуковому або творчому.

Кожна організація або фірма може описуватися різними моделями. Класична модель фірми визначається виробничою функцією, яка виражає залежність результатів виробництва від витрачених факторів і їх конфігурації (розмірів і співвідношення). Виробнича функція залежить також від зовнішнього (ринкового) середовища, при цьому основним сигналом вважається цінова інформація. Економічна поведінка фірми полягає у виборі обсягів і структури залучених ресурсів. Обмеженістю зазначеної моделі є неврахування таких факторів як організаційна структура функціонування фірми та механізм прийняття рішень, особливо в умовах непередбачуваності ринкового середовища. Креативність менеджменту такої моделі полягає у створенні адаптивної структури, що здатна автоматично або напівавтоматично реагувати на зміни ринкового середовища.

Підприємницька модель організації заснована на уявленні фірми як об'єкта підприємницької ініціативи. Тут основою є взаємини між підприємцем і його бізнесом. У центрі діяльності такого підприємства сам бізнесмен - незалежний, налаштований на успіх, творчий, що вміє працювати в суперечливих умовах. Головне завдання підприємця є організація виробничого процесу як нового об'єднання ресурсів. Креативна поведінка фірми в даній моделі - ефективна взаємодія всіх трьох рівнів: зовнішніх зв'язків, матеріально-фінансових потоків й виробництва.

В умовах надзвичайно гострої конкуренції не останнім фактором для компаній є їх здатність створювати, сприймати, закріплювати і розвивати технічні нововведення. З цих позицій розрізняють підприємства технологічні, кон'юнктурні, маркетингові і підприємства технологічних стрибків.

На відміну від перших двох типів підприємств, що мають однобічний зв'язок з ринком, маркетингові підприємства орієнтуються не тільки на існуючий попит ринку, але і на майбутні його вимоги, заздалегідь готуючи відповідну технологію і продукцію. Більш того, ці підприємства можуть активно впливати на майбутню ситуацію на ринку.

Підприємства четвертого типу - технологічних стрибків або технологічної атаки готові до революційних змін у технологіях. Діяльність підприємств технологічних стрибків спирається на науково-дослідні і дослідно-конструкторські розробки (НДДКР) і забезпечує їм лідерство на ринку. Разом з тим, ці підприємства найбільш ризиковані.

Отже в залежності від обраної моделі і типу організації функції менеджменту будуть вирішуватися по-різному. Зупинимося на цих функціях, виділяючи протиріччя й аналізуючи креативні підходи до їх вирішення.

Вибір місії і цілей. Під місію зазвичай створюється організація, а вибір цілей визначається її можливостями і станом середовища.

Правильне формулювання місії неможливе без творчого рішення, принаймні таких проблем як поєднання філософії організації, що має суспільну значимість, і інтересів власників, співробітників і споживачів продукції при формуванні неповторного іміджу фірми, що додає їй корпоративного духу. Наприклад, свою місію відома японська фірма «Мацусіта» бачить у тому, щоб сприяти покращенню якості життя людей через постачання на ринок «дешевих як вода електропобутових приладів» [6].

При виборі цілей варіантами можуть бути: новий продукт або послуга; нова якість товару; новий контингент; нова ціна продукту. Однак при виборі цілей може виникнути небезпека втрати конкурентних переваг, знецінення капіталу підприємства, а також довгострокових перспектив, якщо основною метою є отримання максимального прибутку. Важливо не тільки правильно визначити місію (як «Дешевий автомобіль» Форда або «Післяпродажне обслуговування комп'ютерів» фірми IBM) і «ринкову нішу», але і правильно розставити акценти за часом (сьогодні - прибуток, а завтра - репутація).

При виборі цілей креативність у виборі цілей заключається в тому, щоб ці цілі стали внутрішньою справою кожного співробітника. Це можливо в тому випадку, коли самі співробітники беруть участь у розробці цілей.

Вибір стратегії вимагає від керівників при безлічі варіативних елементів (продукт, технологія, галузь, ринок) правильно вибрати характер росту (концентрований, інтегрований, диверсифікований) з урахуванням ризиків і потенційних можливостей колективу. Перша частина цієї проблеми досить добре вивчена [4], але що стосується потенційних можливостей колективу і шляхів його нарощування, то тут закладена креативність і глибина творчого мислення керівника.

У відомій книзі [7] написано: «Стратегія являє собою детальний комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити реалізацію місії організації і досягнення її цілей». Відповідно до принципу Р.Эшбі, протистояти середовищу можна в тому випадку, якщо складність і швидкість прийняття рішень відповідають складності і швидкості змін у цьому середовищі. За таких умов формування стратегії здійснюється на основі самоорганізації. Креативність стратегічного прийому полягає в переключенні управління з власне підприємства на самоорганізацію структур підприємства.

Вибір організаційної структури залежить від обраної стратегії. Якщо вирішено орієнтувати підприємство на конкуренцію новизною і якістю, то для цього краще підходить структура з розвиненими горизонтальними зв'язками (структура горизонтального типу). Зазначена структура дозволяє виявляти й освоювати нові сегменти ринку, тому й підприємство технологічних стрибків в основі повинно мати горизонтальну структуру. Для просування на ринок високо стандартизованої продукції з ціновою конкуренцією більш підходить структура вертикального типу. Вертикальна структура дозволяє експлуатувати вже відкритий сегмент ринку [7].

В умовах динамічний змін ринкового середовища сучасні компанії мають використовувати переваги як вертикальних, так і горизонтальних структур, що можливо при використанні принципу самоорганізації.

Формування стратегії і структури на основі самоорганізації, дозволяє вирішувати проблеми адекватного фінансування підрозділів компанії, формування асортиментної політики і переорієнтації на перспективні сегменти ринку, управління інформаційними потоками шляхом перерозподілу повноважень по підрозділах. Подальший творчий розвиток самоорганізації пов'язаний із впровадженням реінжинірингу і бізнес-процесів, при яких фактично зникає межа між підрозділами. Для того щоб не втратити конкурентні переваги менеджерам такої організації необхідно проявити творчий підхід до сполучення конкуренції і координації.

Що стосується мотивації, то на зміну чисто матеріальним потребам все більше приходять інтереси більш високого рівня, до яких можна віднести як якість життя, так і самоактуалізацію кожного члена колективу і суспільства. В цьому сенсі для керівництва компанії актуалізується питання як максимально наблизити основні напрями розвитку організації (суспільства) з напрями розвитку особистості – працівника колективу.

Тут можна виділити, як мінімум дві проблеми, що вимагають творчого підходу. Перша складається в розумному сполученні матеріальних і моральних стимулів, причому частка останніх зростає в міру зростання доходів працівників. Креативність при виборі стимулів є врахування індивідуальних якостей працівників, їх спрямованості до розвитку особистості та ув'язання з напрямами корпоративної культури і зміцненням морального клімату в колективі.

Друга проблема пов'язана зі наближенням потреб (внутрішніх завдань) працівників із завданнями компанії в цілому. Ідеального результату досягти неможливо, але, як вважають фахівці можна досягти до 60% збігу. Слід зазначити, що в цій сфері може проявитись багато креативних можливостей у менеджера: зробити так, щоб потреби людей навіть вищого рівня (за Маслоу це потреби в самоактуалізації), задовольнялись хоча б частково на робочому місці. Намагання керівника надати таку можливість робітникам може зробити синергічний ефект, який буде «працювати» на компанію, її престиж і імідж.

Креативну роль (у плані творчості співробітників) може зіграти і спеціально створюваний конфлікт (ідей, підходів, устремлінь), однак він може перерости в некерований і руйнівний (замість планованого творчого), і менеджер має усвідомлювати міру своїх можливостей і свого авторитету для управління конфліктними ситуаціями.

Контроллинг — це управління майбутнім для забезпечення тривалого функціонування підприємства і його структурних одиниць [8]. Класик менеджменту А.Файоль виявляв три напрями в застосуванні контроллингу. Першим напрямом є фінансовий контроль або бухгалтерська звітність. Другий - це контроль за якістю продукції, який практично не може бути реалізований, без підвищення відповідальності кожного працівника, без самоконтролю. Третій напрям має самий творчий характер, що пов'язаний із психологічними і моральними аспектами, а саме системою покарань і заохочень. Заохочення/покарання за гарну/погану роботу включає креатину складову в політиці управління персоналом і може стати найважливішим психологічним мобілізуючим моментом.

Отже в умовах сучасного бізнесу діяти по шаблонах практично не можливо. Споживач обирає з різноманітності ринку компанію, продукт, послугу яка буде відрізняється своєю індивідуальністю і готовий лише за це платити свої гроші. Розвиток креативності у менеджерів дозволяє удосконалювати стратегічний тип мислення робітників, розуміти існуючу ситуацію, бачити довгострокову перспективу будь-якого процесу.

Проявлення креативності в бізнесі це унікальні здібності керівника і менеджерів генерувати ідеї, бачити горизонт дій, реагувати на ситуацію нестандартно, творчо і продуктивно. Швидкість, гнучкість, оригінальність мислення, ступінь деталізації образу - це потужна конкурентна перевага в розвитку професіонала і компанії в цілому.

Література

1. Ванюрихин Г.И. Креативный менеджмент // Менеджмент в России и за рубежом. - N 2. – 2004 http://www.dis.ru
2. Гительман Л.Д. Преобразующий менеджмент. Лидерам реорганизации и консультантам по управлению - М.: Дело, 2009.

3. Кирсанов К. Креативный и эвристический менеджмент. 3/5/2004.; http://www.ovsem.com/
4. Ойкен В. Основные принципы экономической политики./Пер. с нем. - М.: Прогресс, 1995.
5. Саридис Дж. Самоорганизующиеся стохастические системы управления, http://www.bizeducation.ru/
6. Маслоу А.Г. Дальние пределы человеческой психики. - С-Пб.: Издат. Группа Евразия, 1997.
7. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента/Пер. с англ. - М.: Дело, 1999.
8. Файоль А., Эмерсон Г., Тейлор Ф., Форд Г. Управление - это искусство. - М.: Республика, 2002.

Свєтлов Б., [*] ***Обушна Н.*** [**]

МЕХАНІЗМ СТИМУЛЮВАННЯ ПРЯМОГО ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В УМОВАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Розглянуто сучасний стан та тенденції національного механізму стимулювання прямих іноземних інвестицій. Обгрунтовано науково-методичний інструментарій ефективного стимулювання іноземного інвестування національної економіки в цілях реалізації заходів модернізації економіки.

The current status and trends of national mechanisms to stimulate foreign direct investment. Substantiated scientific and methodological tools of effective promotion of foreign investment for the national economy by taking measures to modernize the economy

Ключові слова: прямі іноземні інвестиції (ПІІ), інвестиційне стимулювання, іноземні інвестори, механізм стимулювання ПІІ, інвестиційні пільги.

Постановка проблеми. Актуальність питання щодо обґрунтування ефективного механізму державного стимулювання прямих іноземних інвестицій (ПІІ), пояснюється тим, що динамічність процесу їх залучення та ефективності використання розглядається як важливий чинник успішної модернізації національної економіки. З огляду на це, необхідним є визначення найбільш ефективних та відповідаючих вимогам сьогодення методів, інструментів та пріоритетів механізму стимулювання ПІІ з метою формування власної дієвої довгострокової моделі їх залучення. І головним завданням державного регулювання при цьому повинно стати створення таких умов, які б при гарантуванні засад економічної безпеки України одночасно сприяли максимальному зближенню пріоритетів держави з інтересами іноземних інвесторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розроблення теоретичних і практичних засад стимулювання іноземного інвестування зробили такі провідні вітчизняні науковці, як:Л. Борщ, В. Будкін, В. Геєць, Я. Жаліло, Г. Козаченко, А. Кредісов, Л. Лазебник, А. Пересада, А. Поручник, О. Рогач, А. Філіпенко та інші.

Разом із тим слід наголосити на тому, що питання підходів до вибору пріоритетів та засобів реалізації механізму державного стимулювання прямих іноземних інвестицій в Україні й до цього часу залишаються досить дискусійними та відкритими.

Формування мети дослідження. Метою статті є обґрунтування науково-методичного інструментарію механізму ефективного державного стимулювання прямого іноземного інвестування в умовах модернізації економіки України.

Виклад основного матеріалу. У сучасному світі важливим інструментом сучасного механізму державного регулювання іноземних інвестицій є різноманітні пільги та пра-

[*] кандидат економічних наук, професор Академії муніципального управління
[**] старший викладач Академії муніципального управління

© Свєтлов Б., Обушна Н., 2012

вові стимули, що сприяють залученню іноземного капіталу й спрямуванню його у сфери (регіони) пріоритетного розвитку.

Найбільш загальне розуміння поняття «стимулювання» надане в енциклопедичних словниках, де воно визначається як дія; давати стимул чи бути стимулом до чого-небудь; прискорювати, поліпшувати здійснення чого-небудь. Вказане розуміння стимулювання, перш за все, вказує на його єдність з іншим поняттям – стимулом. Тобто стимул та стимулювання необхідно співвідносити між собою як частину та ціле.

Врахувавши висновки, отримані в процесі аналізу різних точок зору науковців щодо сутності та змісту інвестиційного стимулювання та систематизувавши його характерні ознаки, ми пропонуємо інвестиційне стимулювання розглядати як організаційний процес тривалого впливу інвестиційних стимулів на інтереси інвестора, що визначається потребами та інтересами реципієнта, і спрямований на формування сприятливого інвестиційного клімату для активізації інвестиційної діяльності у певній сфері економіки (або ж на певній території) країни.

Основними сучасними формами державного заохочення іноземної інвестиційної діяльності є: фінансово-кредитне стимулювання; фіскальне стимулювання; стимулювання інфраструктурного забезпечення; стимулювання конкретних проектів; протекціоністські заходи тощо.

На сьогодні в міжнародній практиці відомі при¬близно 40 видів пільг та заохочень, що встановлюються у різних країнах для іноземних інвесторів [1, с. 136]. У деяких розвинутих країнах податкові інвестиційні стимули навіть перевищують інвестиції: в Австралії податкові пільги складають 150% інвестицій, в Бельгії – 110%, також в багатьох країнах передбачено стовідсоткове виключення з оподатковуваного доходу коштів, спрямованих на інновації [2, с. 36]. Взагалі на сьогоднішній день «дві третини урядів країн-членів ОЕСР надають податкові субсидії, причому більшість з них планує у подальшому здійснювати це ще більш активно» [3].

Корисним у даному контексті також є досвід Китаю, який пропонує інвесторам складну систему стимулів на національних, регіональних і місцевих рівнях. Спеціальні Економічні Зони Shenzhen, Shantou, Zhuhai, Xiamen і Hainan, 14 прибережних міст, сотні зон розвитку й позначені внутрішні міста пропонують унікальні пакети зменшених національних і місцевих прибуткових податків, плат за використання землі і мит при імпорті/експорті, таких як режими пріоритету в одержанні основних послуг інфраструктури [4, с. 364].

В Україні статус пільг для іноземних інвесторів, починаючи з 1991 р., змінювався багаторазово. Різноманітні (в першу чергу, податкові) пільги надавались іноземним інвесторам в попередніх законах про режим іноземного інвестування. Так, Закон України «Про інвестиційну діяльність» [5] передбачав, що регулювання умов інвестиційної діяльності здійснюється шляхом системи податків з диференціацією суб’єктів та об’єктів оподаткування, податкових ставок та пільг.

Закон України «Про іноземні інвестиції» від 13.03.92 р. №2198-XII (далі – Закон № 2198) [6] надав масу пільг для іноземних інвесторів, у тому числі звільнив всі підприємства з іноземними інвестиціями від сплати податку на доходи в виробничій сфері протягом 5 років, в торгівлі — протягом 3 років, в посередницькій діяльності — протягом 2 років. Багато положень цього Закону в той час були сприйняті у світі як прогресивні. Разом з тим Закон № 2198 містив у собі положення, які призводили до значних зловживань, оскільки пільги захищали не самі інвестиції, а поточну діяльність СП, часто не пов'язану ні за обсягом, ні за напрямком із внесеними інвестиціями.

Під дію вказаного Закону підпадали підприємства, зареєстровані лише з 31.03.92 р. до 04.06.93 р., оскільки вже через рік КМУ видав Декрет «Про режим іноземного інвестування» від 20.05.93 р. № 55-93 (далі – Декрет № 55) [7], який відмінив вищеназвані пільги та гарантії і визначив, що на території України по відношенню до іноземних інвестицій та форм їх здійснення встановлюється національний режим інвестиційної та іншої господарської діяльності.

У цілому Декрет № 55 поставив іноземних інвесторів у більш непрогнозовані та жорсткі рамки, оскільки він, по-перше, скасував попередню гарантію захисту інвестицій від несприятливих змін у законодавстві України протягом наступних 10 років, а, по-друге, значно скоротив пільги для іноземців, ввівши поняття «кваліфікаційної інвестиції».

На основі деяких положень Декрету № 55 була розроблена Державна програма заохочення іноземних інвестицій в Україні, що передбачала заохочення вкладення іноземного капіталу в пріоритетні галузі економіки України за рахунок надання знову ж таки податкових пільг та страхових гарантій щодо найбільш ефективних інвестиційних проектів. Але вона не дала, по суті, нічого нового, ще раз продемонструвавши загальну нестабільність правової системи України.

Діючий нині режим надання пільг для підприємств з іноземними інвестиціями (табл. 1) було встановлено Законом України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.96 р. № 93/96-ВР [8]. Він передбачає надання пільгового режиму інвестиційної та іншої господарчої діяльності тим суб'єктам підприємницької діяльності, які здійснюють інвестиційні проекти із залученням ПІІ відповідно до державних програм розвитку пріоритетних галузей економіки, соціальної сфери і територій.

Таблиця 1.

Пільги для підприємств з іноземними інвестиціями, зареєстрованих з 25.04.96 р. до цього часу

Пільги	Підстава
Податкові пільги	
1.У разі припинення інвестиційної діяльності іноземний інвестор, що зареєстрував свою інвестицію, протягом 6 місяців має право повернути свої внесені у товарній формі інвестиції в обсязі фактичного внеску без сплати вивізного мита	ст. 11 Закону №93
2. Майно, що ввозиться в Україну як внесок іноземного інвестора до статутного фонду під-ва з іноземними інвестиціями (крім товарів для реалізації або споживання), звільняється від обкладення ввізним митом за умови видачі податкового векселя, зарахування такого майна протягом 30 календ. днів на баланс під-ва і відсутності факту відчуження цього майна протягом трьох років з дати зарахування на баланс	ст. 18 Закону №93
Митні пільги	
Продукція СП не підлягає ліцензуванню та квотуванню за умови сертифікації її як продукції власного виробництва в порядку, встановленому КМУ	ч. 2 ст. 19 Закону №93
Валютні пільги	
Немає	

Джерело: [8]

Закон України «Про усунення дискримінації в оподаткуванні суб'єктів підприємницької діяльності, створених з використанням майна та коштів вітчизняного походження» від 17.02.2000р. [9] ввів національний режим для валютного та податкового регулювання у відношенні іноземних інвесторів, скасувавши всі існуючі пільги, закріплені попереднім законодавством про іноземні інвестиції, за винятками, передбаченими нормативно-правовими актами України й міжнародними договорами України, згоду на обов'язковість яких надано ВР України. Так, наприклад, Законом України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» від 14.09.2006 р. № 143 - V (ст. 22) передбачено особливості субсидіювання трансферу технологій [10].

Окрім того, слід нагадати, що для пожвавлення інвестиційної активності в Україні з кінця 90-х – початку 2005 р. було створено 11 спеціальних (вільних) економічних зон (СЕЗ), одну спеціальну експериментальну зону («Сиваш») та визначено 72 території пріоритетного розвитку (ТПР), в межах яких впроваджувався спеціальний правовий режим економічної діяльності (СПРЕД). Але вже на початку 2005 р. Законами України № 2505-IV від 25.03.2005 р. [11; 12], всі пільги, які передбачалися інвесторам в рамках СПРЕД були ліквідовані, що в котрий раз понизило інвестиційну привабливість України і спровокувало судові позови з боку іноземних інвесторів.

У цілому світова практика засвідчує, що найдієвіше фундаментальні стимули ПІІ стосуються все-таки базисних характеристик економіки країни-реципієнта (стабільність законодавства, економічне зростання, розвиток інфраструктури, страхування, банків, державних інституцій,некорумпованість тощо), тоді як роль спеціальних стимулів, які створює держава, є другорядною.

На наш погляд, успішна модернізація економіки України потребує активізації іноземної інвестиційної діяльності за рахунок створення певних пільгових умов іноземним інвесторам, що здійснюють свою діяльність у найбільш важливих для задоволення суспільних потреб напрямах. Вважаємо, що до таких напрямків діяльності іноземних інвесторів, які необхідно стимулювати і підтримувати з боку держави в Україні, необхідно включити:

– участь у реалізації державних програм розвитку;
– створення нових робочих місць для громадян, які потребують соціального захисту;
– навчання персоналу, підвищення кваліфікації працівників;
– введення в дію об'єктів інфраструктури загальнодержавного значення;
– створення підприємств у депресивних регіонах;
– комплексне технічне і технологічне переоснащення виробництв;
– розвиток наукоємних виробництв та галузей з використанням інформаційних та комунікативних технологій;
– освоєння виробництва продукції, що забезпечуватиме запровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій, альтернативних енергоресурсів;
– зниження антропогенного тиску на екологію;
– збільшення експортної бази та зниження імпортозалежності країни;
– виробництво конкурентоспроможної продукції.

Отже, врахувавши найкращі здобутки передового світового досвіду в урегулюванні питання стимулювання та заохочення іноземних інвестицій, ми вважаємо за доцільне запропонувати наступний алгоритм розробки механізму стимулювання ПІІ в Україні (рис. 1). Розроблений нами алгоритм охоплює ряд стимулюючих заходів щодо заохочення ПІІ в економіку України, які представлені такими напрямками:

1) Вдосконалення нормативно-правової бази:

а) розробка та впровадження довгострокової стратегії залучення ПІІ в Україну;

б) чітке, економічно обгрунтоване та законодавчо закріплене виокремлення пріоритетів інвестиційно-інноваційного розвитку країни для продуктивного використання стимулюючих заходів;

в) активне проведення робіт, пов'язаних з укладенням міждержавних угод про заохочення і захист інвестицій та уникнення подвійного оподаткування;

г) поступове наближення нормативно-правової бази з питань корпоративного управління до законодавства Європейського Союзу;

д) впорядкування відносин у земельній галузі;

2) Податкові стимули:

а) застосування в Україні таких видів податкових стимулів, як: зменшення ставки оподаткування, податкові кредити, відтермінування сплати податків, звільнення від сплати ряду податків. Зокрема пропонується:

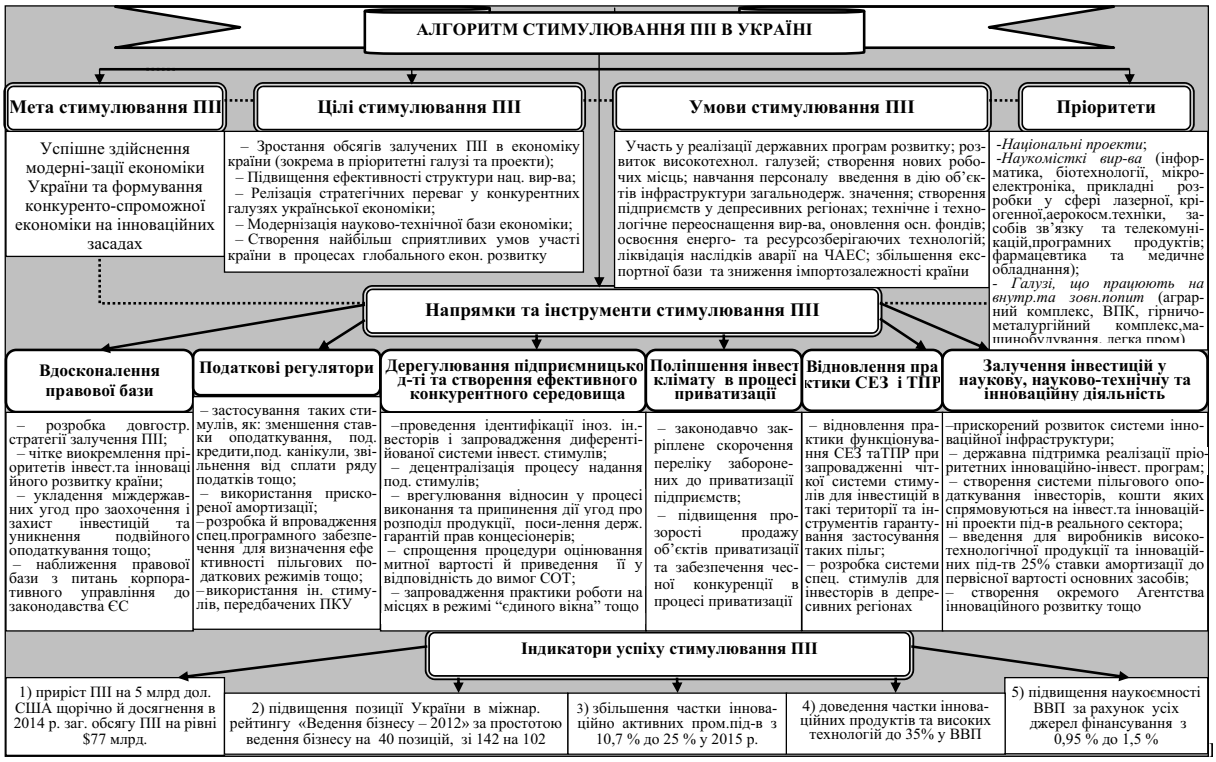


Рис. 1. Алгоритм стимулювання прямих іноземних інвестицій в Україні

– зниження ставки податку на прибуток для інноваційних видів діяльності;

– пільги на приріст інноваційних витрат;

– віднесення інвестиційних та інноваційних витрат до валових витрат інвестора за зростаючим коефіцієнтом;

– надання інвестиційного податкового кредиту на інвестиції у базові інновації та НДДКР;

– впровадження пільгової ставки оподаткування стосовно тієї частини прибутку від ПІІ, яка спрямовується на реінвестування та збільшення груп основних фондів із запровадженням відповідної диференційованої шкали норм амортизації;

– використання прискореної амортизації для технологічного устаткування;

– зниження середнього рівня ставок митних зборів до 5%-10%;

– дозвіл ввезення на безмитній основі та без сплати ПДВ технологічного обладнання з метою стимулювання ввезення саме товарів інвестиційного призначення, що викорис-

товуються для створення технологічно досконалих виробництв, які в подальшому можуть стати важливим компонентом експортного потенціалу країни;

– недопущення подвійного оподаткування нерезидентів.

б) розробка й впровадження спеціального програмного забезпечення (за аналогом Європейського податкового аналізатора) для визначення ефективності пільгових податкових режимів.

3) Дерегулювання підприємницької діяльності та створення ефективного конкурентного середовища:

а) проведення ідентифікації іноземних інвесторів на основі встановлення чітких вимог до них;

б) запровадження диференційованої системи інвестиційних стимулів, яка б враховувала розмір та вид внеску іноземного учасника в статутний капітал СП, обсяг інвестиції, галузь промисловості підприємства та регіон країни;

в) децентралізація процесу надання податкових стимулів і передача цього права обласним органам виконавчої влади, при цьому закріпивши на законодавчому рівні максимально можливі розміри податкових стимулів для СП в Україні;

г) урегулювання відносин у процесі укладання, виконання та припинення дії угод про розподіл продукції, використання земельних ділянок для здійснення концесійної діяльності;

д) запровадження практики роботи на місцях в режимі "єдиного інвестиційного вікна" тощо.

е) забезпечення державою безкоштовних техніко-економічних консультацій для іноземних інвесторів і відповідного інформаційного забезпечення для розгортання ними пріоритетних високотехнологічних виробництв;

4) Поліпшення інвестиційного клімату в процесі приватизації:

а) законодавче скорочення переліку заборонених до приватизації підприємств;

б) підвищення інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності підприємств у процесі їх передприватизаційної підготовки;

в) підвищення прозорості продажу об'єктів приватизації та забезпечення чесної конкуренції в процесі приватизації.

5) Відновлення практики СЕЗ і ТПР:

а) перегляд ефективності залучення ПІІ у вітчизняні СЕЗ і ТПР та відновлення практики їх функціонування при запровадженні чіткої системи стимулів для інвестицій в такі території й інструментів гарантування застосування таких пільг;

б) розробка системи спеціальних стимулів для підприємств, що здійснюють інвестиції в депресивних регіонах;

6) Залучення інвестицій у наукову, науково-технічну та інноваційну діяльність:

а) створення умов для прискореного розвитку системи інноваційної інфраструктури;

б) державна підтримка реалізації інноваційно-інвестиційних програм і проектів за пріоритетними напрямами економічного розвитку України;

в) організація єдиного в Україні центру об'єднання зусиль уряду, науки та бізнесу для розвитку сфери високих технологій (Агентства інноваційного розвитку);

г) надання допомоги інвестиційним проектам greenfield (проектам, що реалізуються з нуля), які є важливим індикатором інвестиційної надійності та наявності сприятливого інвестиційного клімату в державі;

д) звільнення від ПДВ продуктів для науково-дослідних робіт та результатів інтелектуальної власності, зареєстрованих в законодавчому порядку тощо.

Висновки. На нашу думку, реалізація запропонованих стимулюючих заходів дозволить значно покращити інвестиційний клімат в країні та залучити необхідні обсяги прямих іноземних інвестицій, насамперед в пріоритетні для економіки України галузі та регіони в умовах національних модернізаційних процесів та розробки ефективної політики їх регулювання.

Література

1. Управління інвестиціями на підприємстві / [Козаченко Г. В., Антіпов О. М., Ляшенко О. М., Дібніс Г. І.]. – К.: Лібра, 2004. – 368 с.
2. Тесля С. М. Орагнізаційно-економічний механізм залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України / С. М. Тесля //Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. – Вип. 19. – С. 454 - 459.
3. World Investment Report 2010// www.unctad.org
4. Бугринець Р. А. Регулювання прямих іноземних інвестицій в деяких країнах світу / Р. А. Бугринець // Вісник Донецького національного університету. Сер. В: Економіка і право. – 2009. – Вип.1. – С. 360 - 365.
5. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18.09.1991 р. № 1560-XII : за станом на 12.10.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon. rada.gov.ua
6. Про іноземні інвестиції: Закон України від 13.03.1992 р. № 2198а – XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon. rada.gov.ua
7. Про режим іноземного інвестування: Декрет КМУ від 20.05.1993 р. №55-93 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon. rada.gov.ua
8. Про режим іноземного інвестування : Закон України від 19.03.1996 р. №93/96 : за станом на 15.01.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon. rada.gov.ua
9. Про усунення дискримінації в оподаткуванні суб’єктів підприємницької діяльності, створених з використанням майна та коштів вітчизняного походження : Закон України від 17.02.2000 р. № 1457-III: за станом на 31.05.2005 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon. rada.gov.ua
10. Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій : Закон України від 14.09.2006 р. № 143-V: за станом на 01.01.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon. rada.gov.ua
11. Про Державний бюджет України на 2005 рік: Закон України від 25.03.2005 р. №2505: за станом на 01.01.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon. rada.gov.ua
12. Про внесення змін до Закону України "Про Державний бюджет на 2005 рік": Закон України від 25.03.2005 р. № 2505-IV : за станом на 01.01.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon. rada.gov.ua

Сизоненко В.*

ЛЮДСЬКИЙ РОЗВИТОК ЯК ПЕРЕДУМОВА ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ У СВІТОВИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОСТІР

Проаналізована зміна економічної ролі інновацій соціальних результатів використання знань, сучасних інформаційних технологій. Обґрунтовано вплив людського розвитку на інтеграційні процеси в інноваційній сфері.

Ключові слова: людський розвиток, інновації, інноваційний простір, інтеграція.

The article analyses the change of economic role of innovations, social results of the knowledge use, modern informational technologies. The author gives grounds to the influence of the human development on the integration processes in the innovative sphere.

Key words: human development, innovation, innovative space, integration.

Постановка проблеми продуктивних здібностей людини, умови їх формування та всебічного використання набуває дедалі більшого значення. Це обумовлено вичерпанням традиційних джерел економічного зростання, відсутністю реальних заходів держави щодо структурної перебудови національного господарства, оновлення основного капіталу, виробничої і соціальної інфраструктури, непослідовністю реформаторських дій у сфері освіти, охорони здоров'я, професійної підготовки. Дають взнаки і загострення проблеми збереження та примноження науково-технічного та підприємницького потенціалу країни. Такий незадовільний стан вітчизняного господарювання відбувається на фоні змін у світовому економічному простору, де інтенсивно формується нова парадигма розвитку на підґрунті використання знань, досягнень науки, технологічних інновацій як новітніх ресурсів економічної динаміки. Традиційна індустріальна економіка у розвинених країнах поступається місцем інтелектуальній економіці, яка забезпечує цим країнам високу конкурентоспроможність, дозволяє збільшити інвестиції в освіту, охорону здоров'я, професійну підготовку, сприяє досягненню більш справедливого розподілу доходу і багатства. У цих умовах зростає увага дослідників до проблем взаємозв'язку людського розвитку і економічного зростання, низку шляхів його відтворення, впливу на механізми реалізації потреб і економічних інтересів, спроможних генерувати економічну динаміку, сприяти інтеграції країн з різним рівнем інноваційного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Витоками теоретичних положень про роль і місце людини в економічній системі, залежності доходів окремого працівника, підприємства, суспільства в цілому від вкладень у формування знань і здібностей до ефективної трудової діяльності є теорія "всеосяжного капіталу" І. Фішера, сучасна концепція людського капіталу Т.Шульца та Г.Беккера, її послідовників у зарубіжних країнах. Здатність економіки та суспільства до людського розвитку, ефективних технологічних, економіч-

* кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка

© Сизоненко В., 2012

них та соціальних перетворень, розглядається в роботах українських вчених: В.М. Гейця, Д.П.Богині, О.А.Грішнової, І.С.Каленюк, В.І.Куценко, Е.Лібанової, В.Мандебури, В.Мельника. У працях цих та інших учених досліджуються обопільні зв'язки між економічними і соціальними аспектами людського розвитку, економічними здобутками і втратами від реалізації тих або інших соціально-економічних стратегій на національному рівні та у світовому інноваційному просторі.

У значно меншій мірі досліджуються вітчизняними ученими сучасні інноваційні та постіндустріальні тенденції відтворення людського та соціального капіталу, посилення взаємозалежності економічної і соціальної політики, оцінки якості життя людини як господарюючого суб'єкта, виробника, споживача матеріальних і духовних благ. Недостатньо розробленими залишилися питання відповідності економічного зростання і людського розвитку, можливостей використання знань, здібностей, навичок, взаємообумовленості кваліфікації працівників та мотивації до високопродуктивної праці. Між тим людський розвиток забезпечується в умовах високого рівня суспільної організації та розвитку продуктивних сил, які під впливом сучасного науково-технічного прогресу, новітніх глобалізованих технологій сприяють перетворенню людини в провідний чинник економічної динаміки.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. У численних публікаціях, присвячених людському розвитку, недостатня увага приділяється змінам економічної ролі інновацій, соціальним результатам використання знань, сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Крім того, досвід людського розвитку у розвинених країнах показує неоднозначність впливу економічного зростання на характеристики суспільного прогресу. Інноваційна основа розвитку економіки вимагає модернізації суспільного життя, спрямоване на всебічний розвиток людини, посилення взаємозв'язку між освітою, наукою і виробництвом, підтримку та примноження інтелектуального потенціалу країни.

Метою статті є визначення ролі та тенденцій людського розвитку в інтеграційних процесах, досягненні органічної єдності економічного зростання і соціального прогресу, переходу до інноваційного характеру перетворень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Практичне втілення багатьма розвиненими країнами положень теорії людського розвитку показує, якими способами інноваційний розвиток сприяє відтворенню економіки знань, людських здібностей, креативності підприємницької діяльності. До таких способів оптимізації зв'язку між економічним зростанням і людськими розвитком слід віднести:

- по-перше, безперервне збільшення інвестицій в освіту, охорону здоров'я, професійну підготовку;
- по-друге, орієнтація на досягнення більш справедливого розподілу створеного доходу і багатства країни між її громадянами;
- по-третє, дотримання ретельної збалансованості соціальних витрат, відповідність їх загального обсягу можливостям економіки;
- по-четверте, розширення поліваріантності людей здійснювати свій вибір в політичній, соціальній і економічній сферах.

На противагу такій політиці економічно розвинених країн в Україні по суті спостерігається нездатність держави забезпечити процеси нагромадження знань та збереження традиційних ресурсів, у зв'язку з чим виникає загроза втрати людського капіталу. Створенням такого незадовільного стану є відсутність мотивації до інтелектуальної діяльності, неспроможність забезпечити висококваліфікованим спеціалістам належній рівень життя.

Втрата державного контролю над інституціональними умовами життєдіяльності суспільства призвели до значного погіршення позицій України за рівнем людського розвитку. На значення індексу людського розвитку впливають різні складові: тривалість життя і здоров'я населення, показник ВВП на одну особу та інші. Якщо у 1994 р. інтегральний показник людського розвитку в Україні дозволяв посідати 54-й ранг за глобальною шкалою людського розвитку, то на початок 2010р. цей показник дорівнював 0,790, що відповідає лише 85-му рангу [5].

Така тенденція є результатом прорахунків не лише у відтворенні людського капіталу, але й незадовільним станом справ розвитку соціального капіталу, інституціональних умов розвитку людини і суспільства в цілому. Якщо людський капітал формується в процесі нагромадження знань, інвестицій в освіту, науку, охорону здоров'я, інші сфери,що забезпечують розвиток людини, то соціальний капітал виступає продуктом розвитку суспільних та економічних відносин, результатом інституалізації економіки.

Використання людського капіталу сприяє підвищенню ефективності праці і виробництва рівня його інтелектуалізації. Результатом створення відповідних для суспільства інституціональних умов є формування інституціональної структури, які здатні надавати розвитку національної економіки соціально спрямований характер. Тому чільне місце в системі пріоритетів економічного зростання повинно зайняти проблеми людського розвитку, питання відповідності сформованого людського капіталу можливостям його використання. Це потребує сприяння прискореному розвитку високотехнологічних секторів економіки, глибоких структурних змін. Відомо,що створення одного робочого місця у сфері інновацій і високих технологій веде до створення 5-8 робочих місць у суміжних і допоміжних галузях.

Посилення взаємовпливу людського та інноваційного розвитку може зробити реальним реалізацію національних економічних інтересів у процесі здійснюваних реформ (див. рис.1).

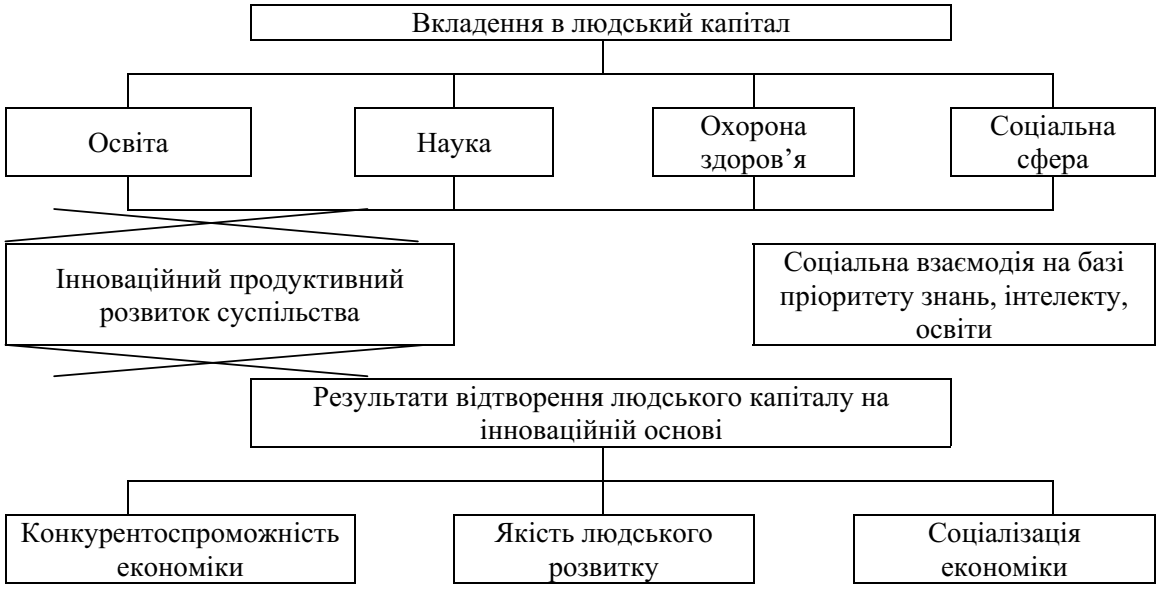


Рис.1. Взаємозв'язок відтворення людського капіталу й інноваційній моделі розвитку

В інноваційній економіці людина, який властива сукупність знань, навичок, творчих здібностей виступає як носій ідей, розробник інтелектуального продукту. Реалізація людського ресурсу в інтелектуальний продукт відбувається у процесі розробки, інтелекту-

ального пошуку способів матеріалізації інноваційної ідеї, що можливо лише за певних соціально-економічних умов, серед яких провідне місце займає наявність економічного інтересу, умотивованість як окремого учасника інноваційної діяльності,так і суспільства в цілому. У цьому контексті людський капітал виступає як вартісна оцінка роботи сукупності осіб, ефективність використання авансованої вартості.

Зазначимо, що в інноваційному процесі головною ланкою є трансформація інтелектуальної власності в інноваційний продукт, який повинен відповідати потребам і вимогам ринку. Комерціалізація інтелектуальної власності пов'язана з технологічним процесом, інвестиційним забезпеченням інновацій, збутовою діяльністю тощо. Відповідно до комплексності цієї проблеми маємо низку учасників інноваційного процесу (автора розробки, інноваційного менеджера, інвестора промислового виробництва),інтереси яких містять як спільні риси, так і відмінності між ними. Інституціональною умовою залучення до інноваційних процесів багатьох учасників є усвідомлення ними не лише власного, особистого економічного інтересу, але й спільних, вигідних для всіх членів суспільства інтересів. Між тим трансформаційні перетворення в Україні, за справедливою оцінкою В.М. Гейця, ще більше, ніж було у попередній суспільній та економічній системі, порушують баланс між індивідуальними і суспільними благами на користь індивідуального [6,с.140], ніж індивідуальними і суспільними потребами. Слід враховувати також довго тривалість періоду від створення нового продукту до надходження перших прибутків від його продажу на ринку нововведень. Цей період складає переважно 3-4 роки, а в окремих випадках може тривати 7-8 років.

Реалії сучасного етапу економічного розвитку в Україні дозволяють стверджувати про існування двох взаємовиключних тенденцій: з одного боку відбувається усвідомлення значимості інновацій у суспільстві, незначна підтримка владними структурами інноваційних процесів; з іншого – очікування визрівання в Україні інституційних процесів, фінансових умов еволюційним шляхом. Відповідність механізмів соціально-економічного регулювання природі сучасних суспільних відносин та потреб визначають динаміку і роль людського розвитку в системі пріоритетів економічного зростання. При цьому остання тенденція переходу до інноваційної моделі розвитку розглядається як результат загальних ринкових перетворень, які автоматично сприяють концентрації найбільш рентабельних видів підприємницької діяльності,становленню високотехнологічного виробництва, стимулюють попит на інновації.

Помилковість таких підходів стає все більш очевидною в контексті порівняльного аналізу позицій України на світовому ринку високотехнологічної продукції. Річний обсяг наукомісткої продукції на світовому ринку сьогодні сягає 2,5-3,0 трлн. дол., а за прогнозами, наступні 15 років він може сягати 6,0 трлн. дол.. Визнаними лідерами у виробництві наукоємної продукції є компанії США, Японії, Німеччини, Великої Британії та Франції. Серед лідерів є і країни, що розвиваються, які останнім часом мали значні державні витрати на освіту, проведення НДДКР, а також на соціальні програми. Наприклад експорт високотехнологічної продукції в Індонезії зріс у 13 разів, у Китаї та Гонконзі – у 10 разів, тоді як у розвинених країнах приблизно у 1,5-2,0 рази [3, с.13].

Характерними рисами розгортання підприємництва в країнах, які здійснюють перехід від традиційної ринкової моделі розвитку до постіндустріальної економіки є чутливість до нововведень у масовому масштабі. Сприйняття економікою нововведень можна охарактеризувати як «ринкове дозрівання» суб'єктів господарювання, усвідомлення своїх інтересів, корисності та необхідності переходу суспільства на більш високий рівень економічної модернізації. Це відбувається на фоні суттєвого перерасподілу робочої сили по

сферам і галузям економіки. Якщо на початку 80_х років більшість населення була зайнята у сільському господарстві,то відтепер – лише 3%. Експерти вважають,що в Європі найближчим часом кількість робітників, зайнятих у виробничих секторах, зменшиться з 33 до 15% [7,с.40].

Розвиток нових технологій, структурні зрушення в економіці під впливом широкого використання, насамперед, інформаційних технологій обумовлює появу на ринку праці двох тенденцій. По-перше, відбувається пряма ліквідація робочих місць; по-друге, перерозподіл в геоекономічному просторі тих робочих місць, що збереглися. Наприклад, концерн Gillette отримує 70% свого обороту за межами США. Майже 60 його підприємств у різних частинах світу виробляють сотні видів і тисячі найменувань продукції. Усі виробничі процеси стандартизовані і миттєво можна замінити їх місцезнаходження. Науково-технічні досягнення тим самим створили глобальний інформаційний і фінансовий простір, висунули інформаційні технології на перше місце у геополітичній конкуренції, посилили значення інновацій в економічному зростанні, людському розвитку.

Між тим стан інноваційної системи України не дає підстав для ефективного відтворення людського капіталу, нарощування освітянсько-інтелектуального потенціалу членів суспільства та його ефективного використання. Сучасний економічний розвиток відбувається за вкрай несприятливих умов, які спричиняють недостатньо повне використання навіть вже наявного людського потенціалу: тривала стагнація техніко-економічного розвитку суттєве скорочення резервних виробничих потужностей, збільшення зношеності основних фондів призвели до зменшення питомої ваги інноваційна активних підприємств. Частка промислових підприємств, що впроваджували інновації в останні роки неухильно знижується: якщо в 2000 р. їх питома вага становила 14,8% у загальній кількості промислових підприємств, то у 2009р.цей показник становив лише 10,7% [2, с.167]. Низька інноваційна активність промислових підприємств, у свою чергу, обумовлює незначну частку інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої продукції. Незначна частка й українських товаровиробників на світових ринках високотехнологічної продукції – всього 1,45 млрд. дол.,що становить 0,05% світового ринку. І це незважаючи на значний експортний потенціал, який оцінюється у 19-15 млрд. дол.., або 0,3-0,5% світового експорту [1, с.13]. Не відчутним є вплив новостворених інфраструктурних інститутів інноваційної сфери – технопарків, недержавних інноваційних фондів, бізнес інкубаторів тощо.

Інноваційна модель економічного розвитку за своїм змістом передбачає зміну економічної ролі інновацій, напрямів і механізмів широкого використання знань, втілених у кваліфікованій робочій силі, істотні зрушення взаємозв'язків науки, новітніх технологій і економічного зростання. Суттєві зрушення в економічному розвитку західних країн з постіндустріальною моделлю розвитку змушують більш уважно проаналізувати цілеспрямування економічної політики щодо розвитку підприємництва в Україні. Держава повинна в максимальній мірі сприяти науково-технічному розвитку, застосувати весь арсенал заходів впливу стимулюючого характеру. У зворотному випадку знаходження української економіки на периферії світових інформаційних і фінансових процесів обумовить вимивання національного багатства через механізм нееквівалентного обміну, втрату власних джерел економічного зростання у довгостроковій перспективі.

В Україні не сформувалися при переході до ринкових методів господарювання дієві ланцюги, які б забезпечили зв'язок освіти, науки, технологій і виробництва, що блокує попит на інновації та ефективне використання людського капіталу. Деякого пожвавлення інноваційних процесів у 2003-2010 рр. свідчить про потенційні можливості економіки, але переважають інвестиції в інновації 3 та 4 технологічного укладу. Це консервує іс-

нуючу структуру промисловості, домінування у виробництві традиційних і застарілих технологічних укладів, що обмежує потреби у появі нових місць. Тому вкрай необхідними є заходи, що сприяють створенню нових продуктивних робочих місць з високим рівнем оплати праці. Саморозвиток людського потенціалу повинен відбуватися у взаємообумовленості з удосконаленням систем, що забезпечують такий розвиток. Це стосується, передусім, модернізації освіти, посилення її зв'язку з практикою та передовими напрацюваннями у сфері наукових досліджень.

Посилення міграції робочої сили потребує прийняття дієвих заходів, спрямованих на інституалізацію і комерціалізацію міграційних процесів. З метою запобігання втрат суспільства на відтворення людського потенціалу доцільно переведення на ринкову основу взаємовідносини з країнами-реципієнтами, яки мають повертати кошти, що втрачені на підготовку людей до праці [6, с.489]. Україна має також встановити обмежувальні вимоги до емігрантів, аналогічні тим, що діють в країнах ЄС.

Статистичний аналіз факторів, що перешкоджають здійсненню інновацій, показує, що найвагомішими з них є, перш за все, економічні: нестача власних коштів (указали майже 83% промислових підприємств, недостатня фінансова підтримка держави (56,6%), великі витрати на нововведення (55,9%), високий економічний ризик (38,9%), недосконалість законодавчої бази (37,7%), тривалий термін окупності нововведень 934,6%), відсутність коштів у замовника (31,7%) [2с.186].У структурі фінансування інноваційної діяльності протягом останніх років не відбувається суттєвих зрушень: найбільшу питому вагу займають власні кошти підприємств. Рівень державного фінансування науково-технічної та інноваційної діяльності лишається вкрай незадовільним і вимагає з урахуванням кризового стану науки, збільшення принаймні в 4-5 разів. При цьому випереджального фінансування потребує 5-ий та 6-ий технологічні уклади України, обсяг виробництва продукції яких становить відповідно 4% та 0,1% проти 57,9% та 38% 3-го і 40го технологічного укладів. Адже саме 5-ий і 6-ий технологічні уклади будуть в майбутньому осново економічного зростання. Підґрунтям для цього може бути формування грошової бази під бюджетні задачі розвитку науки й активізації інноваційної діяльності підприємств, інвестицій у розвиток освіти.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Перехід до інноваційної моделі розвитку висуває на чільне місце людський розвиток, зростання інтелектуального капіталу розвитку шляхом політики стимулювання підприємницької активності в ключових галузях технологічного виробництва на основі зближення професійно-технічної освіти, виробництва та ринку праці. Інноваційно-інвестиційні моделі розвитку передбачає зміну функцій держави є урахуванням природи інновацій, загальносуспільних наслідків і довготермінових тенденцій відтворення людського капіталу. Це стосується можливих розбіжностей інтересів підприємців і держави та суспільства в цілому: якщо для представників бізнесу пріоритетами стають швидка віддача, повернення інвестицій у розвиток людини з максимальним прибутком, прискорення обернення коштів, то для суспільства важливо забезпечення сталого розвитку за рахунок науково-технологічних інновацій, використання і примноження інтелектуального потенціалу в інтересах усіх членів суспільства. Нагальною є потреба у зміні підходів до вкладень у людину, прискореного розвитку системи сучасної освіти та підготовки висококваліфікованих кадрів. Людський розвиток – це пріоритет економічного зростання, що потребує формування ефективно діючої національної інноваційної системи як середовища, реалізації освіти, знань,здібностей членів суспільства. Чільне місце освіченої частини суспільства, реалізація підприємницького потенціалу має забезпечити Україні економічне зростання, гідне місце у світовому науково-технічному та інноваційному просторі.

Література

1. Онищенко В.П. Україна на світовому ринку високотехнологічної продукції // Міжнародна торгівля у контексті європейської інтеграції: проблеми теорії і практики // Зб. мат. V111 міжнар. Наук-прак. конф.27 травня 2005року. – К.:УАЗТ, 2005.- 3001с.
2. Науково та інноваційна діяльність в Україні : Стат. Зб. / Деркомстат, 2009.–360 с.
3. // Дзеркало тижня. – 2005. Березень .- №10. – С.13.
4. Проблеми та пріоритети формування інноваційної моделі розвитку економіки України. – К., 2005. – 24 с.
5. http // hdr,undp.org
6. Геєць В.М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку / В.М. Геєць.: К: ІЕП НАН України, 2009. – 864 с.
7. Размышления о будущем труда // Проблемы теории и практики управления. - №2. – 2002.- с.40.

***Ступницький О.* ***

МОЖЛИВІСТЬ І ДОЦІЛЬНІСТЬ СТВОРЕННЯ ОФШОРНИХ ЗОН В УКРАЇНІ

За даними Державної податкової служби України, основним джерелом утворення і накопичення нелегальних капіталів в Україні, є не наркобізнес чи торгівля зброєю, а ухиляння від сплати податків. Відповідно, боротьбу з відмиванням «брудних» грошей слід вести саме у сфері формування та застосування податкового законодавства.

Розглянувши основні канали використання офшорних юрисдикцій з метою, переважно, вивезення капіталу, слід зазначити, що їх правова оцінка має бути проведена щодо нинішнього дня, тобто до діючого в даний період законодавства. Це пов'язано з тим, що закони, які регулюють переміщення активів через кордон, постійно змінюються. Наприклад, у 1991–1994 рр., коли взагалі було відсутнє законодавче регулювання капіталу, будь-який канал вивезення був легальним. З удосконаленням валютного законодавства розробляють нові канали вивезення, що не підпадають під межі закону. На підставі цього варто виділити три типи каналів вивезення капіталу:

- вивезення, що відбувається в межах і на основі закону (напр. з дозволу НБУ або як використання кредитних карток);
- вивезення, що відбувається як пряме порушення закону після того, коли прийняті відповідні обмежувальні акти;
- основні канали вивезення розташовані на «межі» між законом і його порушенням (нелегальні канали, коли вивезення капіталу відбувається не на основі закону, але і без його грубого порушення дрібних правил і законодавчих норм, що впливає на суть угоди і зміни платіжного балансу). Ці канали найскладніше ідентифікувати за правовим принципом.

За оцінкою спеціалістів із проблем вивезення капіталів з України найчастіше використовують фінансово-кредитну систему. Основні схеми накопичення й одночасно відмивання незаконних коштів здійснюють за допомогою псевдолегальних (тобто завуальованих під легітимні) фіктивних безготівкових операцій із застосуванням електронних інформаційних систем і притаманних їм фінансових технологій у формі безготівкових коштів. Саме безготівкові способи розкрадань, фінансових шахрайств й інших складних технологічно насичених видів здобуття і відмивання доходів злочинного походження є характерним для тіньових банківських угод.

Згідно зі спеціальними дослідженнями, банки, що обслуговують тіньовий капітал фіктивних фірм, одержують від 1,5 до 7 % прибутку залежно від суми оборотних коштів. У деяких банках ця сума становить від 50 до 500 тис. дол США на місяць, які потім виводять через лоро-рахунки за кордон. При нескладному розрахунку сумарний річний прибуток від тіньової конвертаційної діяльності банків – приблизно 5 млрд дол США, що можна порівняти з річним бюджетом країни. Слід також наголосити на ключовій позиції банків у процесі легалізації тіньових коштів. Легалізація тіньових капіталів – це процес

* кандидат економічних наук, професор кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

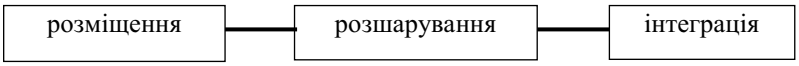
© Ступницький О., 2012

упровадження тіньових капіталів у легальну сферу економічної діяльності з метою їх легітимної акумуляції, тобто отримання «очищеного» доходу або «відтворено-додаткового» доходу.

Основним цілями легалізації доходів є:

- приховання слідів походження доходів;
- створення вигляду законності одержання доходів;
- приховання осіб, що привласнюють незаконні доходи;
- ухилення від сплати податків;
- забезпечення зручного й оперативного доступу до коштів, отриманих із нелегальних джерел;
- створення умов для безпечного споживання.

Модель легалізації коштів така:



Розміщення – це фізичне розміщення коштів у мобільні фінансові інструменти, що територіально вилучені від місць їх розміщення (переказ за кордон). Розшарування – це відрив незаконних доходів від їх джерел шляхом складного ланцюга фінансових операцій, які спрямовані на маскування слідів цих доходів, що перевіряють. Інтеграція – це стадія процесу легалізації, спрямована на додання видимості законності капіталу. На цій фазі для грошей знаходять легальне джерело походження й інвестують у легальну економіку.

Для експортно-імпортних операцій на стадії розшарування найчастіше використовують спосіб переказування грошей на рахунки інших фірм за допомогою фіктивних угод. Подібний переказ дозволяє досить ефективно приховувати джерела походження фінансових фондів.

Нині для проведення операцій цієї фази значну роль відіграють офшорні зони й інші країни з м'яким податковим режимом і слабкорозвиненою системою фінансового контролю, до яких належать:

- відсутність обов'язкового бухгалтерського обліку для банків,
- анонімні банківські рахунки,
- відсутність обов'язкової ідентифікації клієнтів,
- недостатньо ефективно працюючі органи юстиції.

У таких країнах зазвичай створюють фіктивні фірми, і цим обривають сліди фінансових операцій.

В експортно-імпортних операціях стадія «інтеграції» полягає в такому: укладають два договори – реальний і фіктивний (із завищенням суми угоди). За фіктивним договором гроші переказують фірмі-посереднику, що зареєстрована в офшорній зоні. Різниця між реальною і фіктивною цінами залишається на рахунку цієї фірми як прибуток.

Для інтеграції незаконних доходів назад у вітчизняну економіку використовують маніпулювання із цінами зовнішньоторговельних операцій. При цьому у документах завищують грошові суми, що переказують у країну, з метою виправдання вкладень відповідних грошей у банк. Крім цього, значна частина угод пов'язана із завищенням обсягу експорту з метою подальшого обґрунтування отриманих відповідних сум з-за кордону.

Слід також звернути увагу на те, що у процесі лібералізації валютної політики було прийнято низку законодавчо-нормативних актів, які в умовах України сприяють відпливу вільно конвертованої валюти за кордон. Згідно з п. 5 Положення «Про тимчасовий режим

використання валютних рахунків» (№ 19029/39 від 12.01.93) валюту мають приймати без посвідчення джерел її походження. Це положення НБУ суперечить міжнародній практиці із цих питань. Крім цього, Указом Президента України від 1 серпня 1995 р. № 679/95 уповноваженим банкам дозволено відкривати анонімні рахунки фізичним особам як резидентам, так і нерезидентам. Тільки у 2001 р. указом Президента було заборонено відкривати та використовувати кодовані рахунки фізичних осіб. До того ж здійснення операцій за умови, якщо безготівкові розрахунки за ними перевищують еквівалент 50 тис. євро або розрахунки готівкою перевищують еквівалент 10 тис. євро визначено сумнівними» (Постанова Кабміну України від 29 травня 2002 р. № 700). Між тим, 2 грудня 1999 р. набрало чинності Положення НБУ «Про порядок емісії платіжних карт і здійснення операцій з їх використання», у режимі якого платіжні картки не підлягають декларуванню при перетині митних кордонів України. Це свідчить про те, що даний коридор законний для неконтрольованого вивезення вільно конвертованої валюти за межі України.

У подібному режимі використовують також лоро-рахунки, численні коррахунки українських комерційних банків за кордоном, дозволи на неповернення експортної виручки на територію України після 90-денного терміну тощо. Зазначені приклади свідчать про недосконалість валютного законодавства, що дозволяє виводити з-під контролю величезні грошові потоки, а також про те, що, прагнучи створити засади відкритої та прозорої економіки, Україна, спираючись на міжнародний досвід, поступово запроваджує ефективніші механізми валютного регулювання. З огляду на це зменшення тіньових потоків у зовнішньоекономічній діяльності варто пов'язувати насамперед з удосконаленням норм валютного регулювання.

Нині офіційно в Україні офшорними зонами визнано 35 територій; певну частину офшорів занесено до «чорного» списку; експортно-імпортні операції з ними проводити не рекомендують. Зокрема, НБУ заборонив українським банкам встановлювати корвідносини з банками, зареєстрованими в Науру, а також Палау, Вануату, Антигуа і Барбуда (Малі Антильські о-ви) і на Багамських о-вах. Тим часом списки офшорних зон, офіційно визнаних в Україні, постійно змінюються. У підсумку, кількість офшорних юрисдикцій, не включених до офіційного переліку, обчислюють десятками, що ускладнює контроль над ними і робить його неефективним.

Згідно з Постановою Кабміну України від 29 травня 2002 р. № 700 перерахування суми коштів на рахунок особи, який відкрито в банку, зареєстрованому в офшорній зоні, або на рахунок аналогічного власника за кордоном віднесено до операцій сумнівного характеру. До цього слід додати, що частину коштів приховують, навіть не трансфертуючи через офшорні зони, при цьому використовують товариства з юридичною адресою в цих країнах, але діючи на території інших країн, наприклад, з допомогою банківських рахунків. Класичними є офшорні зони у країнах, що мають рахунки в банках Швейцарії, які відкривають на ім'я анонімних компаній, що знаходяться в Панамі, у Ліхтенштейні тощо. З огляду на це контроль за такими грошовими потоками є суттєвим в обмеженні вивезення коштів на закордонні рахунки.

Широкі можливості офшорних зон у реалізації схем із виведення і подальшого відмивання грошей, відсутність контролю за грошовими потоками спонукали офіційну владу США заявити про необхідність реформувати фінансову систему одного із найпопулярніших офшорів Республіки Науру відповідно до міжнародних стандартів. Ведучі західноєвропейські й американські банки («Deutshe Bank», «Bankers Trust» та ін.) відмовляються від співпраці із фірмами і банками, зареєстрованими в офшорних зонах, і забороняють будь-які платежі і банківські проведення, що як виходять, так і надходять на їх адресу з таких юрисдикцій, як Антигуа і Барбуда, Вануату, Науру, Палау тощо.

Слід зазначити, що для України використання офшорних юрисдикцій переважно пов'язане з оптимізацією податкових платежів через неефективну податкову систему. Вивезення капіталу з України наразі відбувається зазвичай легальними каналами, але з використанням різноманітних маніпуляцій з експортно-імпортними цінами. З огляду на це основний потік грошей, що проходять через офшори, нині здійснюється учасниками цілком легальних зовнішньоторговельних операцій, що бажають оптимізувати виплату податків. Рішенню відпливу капіталів через офшорні юрисдикції варто протиставити ефективну податкову систему, знизивши податки і скоротивши їх кількість.

Прикладом для України може стати Грузія, де із 2009 р. діють вільні економічні зони – Кутаїсі, Поті і Тбілісі, і де влада провела низку реформ. Тепер зареєструвати бізнес у Грузії, незалежно від регіону, можна всього за день. Було зменшено кількість ліцензій, необхідних для відкриття власної справи. Влада також скоротила кількість податків і зборів із 21 до 5. Завдяки цьому в державі стало з'являтися дедалі більше інвесторів, насамперед із Туреччини, Китаю й арабських країн.

На базі закону «Про розвиток інформаційних технологій» у Грузії планують до кінця 2011 р. заснувати вільну економічну зону для іноземних компаній, які працюють у сфері комп'ютерних технологій, у галузі інформаційних технологій, програмування й аутсорсингу. Згідно з умовами діяльності, компанії, що працюють на експорт, одержать максимальні податкові пільги. На відміну від Грузії, в Україні у прямому сенсі знищують напрям ІТ-програмування й ІТ-аутсорсингу. Новий податковий кодекс забороняє використовувати спрощену систему оподаткування для багатьох ІТ-напрямів (стор. 459 затвердженого кодексу), таких як оптова і роздрібна торгівля через мережу Інтернет; діяльність із надання послуг інтернет-провайдерами; діяльність у сфері інформатизації; надання послуг доступу до мережі Інтернет; зовнішньоекономічна діяльність в ІТ-програмуванні.

Урегулювання діяльності офшорних компаній є необхідною умовою зниження тіньових потоків в експортно-імпортних операціях, тому що офшорні схеми відіграють у цьому процесі важливу, якщо не визначальну роль. Проте недооцінка регулюючих заходів і відсутність належного контролю за міжнародними фінансовими операціями активізували втечу капіталів не тільки нелегальними, але й легальними каналами.

Хоча пакет законів, що регулюють зовнішньоторговельну діяльність в Україні розроблено, однак до них весь час вносять доповнення, а суперечливий характер окремих законодавчих і нормативних актів ускладнює їх використання і відкриває можливості для численних порушень.

Для регулювання зовнішньоторговельної діяльності Україна використовує цілу систему інструментів, яку можна розділити на дві групи: економічні й адміністративні.

До економічних інструментів належать:

- у сфері імпорту – митні тарифи, численні податки і збори на товари, що ввозять, імпортні депозити;
- у сфері експорту – пільгові кредити експортерам, гарантії, субсидії, пільги зі сплати податків і надання фінансової допомоги;
- адміністративні інструменти регулювання – це інструменти, що безпосередньо впливають на зовнішньоекономічні відносини:
  - ембарго (повна заборона деяких експортно-імпортних операцій);
  - ліцензування;
  - квотування (кількісна лімітація ввезення і вивезення);
  - зобов'язання із самообмеження постачань експортерами.

Державне регулювання зовнішньоторговельної діяльності має здійснюватися переважно економічними методами (застосування мита, податків, кредитів, пільг тощо), за не-

обхідності можливе застосування директивних методів (заборони). Слід зазначити: нині в законодавстві, що регулює зовнішньоторговельну діяльність, існують певні розбіжності, що є серйозним бар'єром при проведенні експортно-імпортних операцій. Це стосується, насамперед, розбіжностей у тарифних і нетарифних методах регулювання експортно-імпортних операцій, їх оподатковування, що обумовлює невиправдане підвищення цін на товари (послуги, роботи), перешкоджаючи вільному їх переміщенню і нарощуванню обсягів взаємної легальної торгівлі, провокуючи у той же час розширення масштабів її нелегальних форм. До 2011 р. існувало сім тарифних коридорів із рівнями ставок 0, 2, 5, 10, 15, 20 та 30 %, а кількість товарних підсубпозицій, на які були встановлені ставки ввезення мита 30 % і більше, становили близько 20 % від загальної кількості товарних підсубпозицій.

Як свідчить міжнародна практика, рівень митно-тарифного захисту для забезпечення ефективності має бути невисоким – не більше 10–15 %. У будь-якому випадку граничний рівень оподаткування ввізного мита не має перевищувати 30 %.

Необхідно зазначити, що відплив капіталу за межі країни відбувається при здійсненні як поточних торговельних операцій, так і операцій капітального характеру. Для запобігання втечі національного капіталу при проведенні операцій між резидентами і нерезидентами в країні створено систему валютного контролю.

Валютний контроль і валютне регулювання використовують як інструменти реалізації грошово-кредитної і валютної політики. Контроль за рухом потоку капіталу був присутній практично в усіх країнах аж до кінця 70-х рр. XX ст. У Франції й Італії він існував до кінця 80-х рр.; Китай та Індія використовують контроль і зараз. У більшості промислово-розвинених країн їх застосовували аж до 80-х рр. І ніде валютне регулювання і валютний контроль не розглядали як антиринкові заходи, що суперечать завданням реформування національних економік.

Усі валютні обмеження можна розділити на три групи:

- обмеження, що стосуються приватних осіб;
- обмеження у сфері зовнішньоторговельної діяльності;
- обмеження у сфері руху капіталу.

До обмежень, що пов'язані зі здійсненням зовнішньоекономічної діяльності, належать: заборона на переказ валюти за кордон в оплату імпорту, якщо він не дозволений державою, а також обмеження або заборона на розпорядження іноземною валютою, що отримана експортером, коли експортер отримує часткове (у випадку обмеження) або повне (у випадку заборони) відшкодування експортного виторгу в національній валюті.

Вимога обов'язкової репатріації валютного виторгу і її наступного продажу і нині залишається широко поширеним інструментом валютного регулювання в різних країнах світу. Мета обов'язкового продажу валюти – наповнення внутрішнього валютного ринку і стабілізація курсу національної валюти.

Валютні обмеження, що допомагають концентрувати валютні ресурси в руках держави, сприяють тимчасовому вирівнюванню платіжних балансів окремих країн і підтримці курсу національних валют. Однак загалом вони негативно впливають на міжнародні економічні відносини. Зокрема, експортери втрачають зацікавленість у постачаннях на експорт у випадках високої частки обов'язкового продажу частини валютного виторгу. У них з'являється прагнення занизити офіційну ціну товару, який експортують, і різницю між фактичною й офіційною ціною залишити в іноземному банку, що приводить до масової появи подвійних контрактів.

Не зацікавлені експортери й у зміцненні курсу національної валюти, тому що зростання її курсу знецінює експортний виторг. Обмеження обміну національної валюти на

іноземну приводить до появи нелегального валютного ринку. Обмеження фінансових операцій (операції, що пов'язані з рухом капіталу) протидіють втечі капіталу, але одночасно вони сповільнюють рух і нормальні потоки капіталу. З огляду на це виникає об'єктивна необхідність у їх скасуванні або в міждержавному регулюванні валютних обмежень.

Тіньові форми економіки зароджуються в надрах нормативно-правового поля держави, коли регулюючі заходи не в повній мірі відповідають дії об'єктивних економічних законів, а також немає надійних механізмів контролю за здійсненням діючих законів і нормативних актів. Згідно зі Статутом МВФ сутність валютного контролю полягає в запровадженні адміністративних обмежень на неторговельні операції та операції капітального характеру з нерезидентами. Наявність валютного контролю означає жорстке втручання державних органів у валютний ринок.

Вимоги національних законодавств провідних країн щодо боротьби з відмиванням коштів, що є невід'ємною частиною тіньових оборотів в експортно-імпортних операціях, узагальнено в Типовому законі ООН щодо запобігання відмиванню грошей. Серед його основних положень:

- обмеження готівкових платежів певними сумами;
- створення відповідного органу, призначеного для збирання, накопичення й аналізу інформації про міжнародні платежі і перекази (центральний банк, міністерство фінансів, митна адміністрація);
- вимоги до фінансових установ щодо ідентифікації клієнтів;
- заборона анонімних операцій;
- обов'язкова перевірка адреси та персональних документів;
- надання інформації про фінансові трансакції;
- зберігання документів до п'яти років щодо осіб клієнтів і здійснених операцій.

Наголошують, що отриману інформацію можна передавати обмеженому колу користувачів (судовим і правоохоронним органам), аби цей орган не перетворився на додаток до податкового апарату.

Україні необхідно привести норми ведення операцій з клієнтами та контроль за ними до світових вимог і стандартів, тобто реорганізувати систему банківського нагляду і насамперед – валютного контролю. Вітчизняним законодавством передбачено здійснення контролю за операціями з валютними цінностями на території України, які проводять як резиденти, так і нерезиденти. Крім того, деякі операції підлягають ліцензуванню. Це, насамперед, операції з капіталом (неторговельні операції), які можна здійснювати лише за умови попереднього дозволу (ліцензії) НБУ.

Для запобігання використанню фіктивних документів для купівлі та перерахування за межі України валютних цінностей 5 квітня 2000 р. НБУ підписав із Державною митною службою Угоду про інформаційну співпрацю, якою передбачено обмін інформацією в електронному вигляді за погодженими реквізитами та формою. Це має забезпечити:

- підвищення оперативності взаємного інформаційного обміну, створення адаптованих автоматизованих систем контролю за діяльністю суб'єктів у сфері зовнішньоекономічної діяльності;
- доступ національного банку й уповноважених банків, які є агентами валютного контролю, до оперативної інформації про рух товарів через митний кордон України;
- унеможливити ще на етапі митного оформлення вантажів подання митному органу недостовірних відомостей щодо реквізитів уповноваженого банку, через який здійснюватимуть розрахунки;
- запобігти використанню фіктивних документів для купівлі іноземної валюти і перерахуванню її за межі України.

Існує два шляхи зменшення тіньових потоків в експортно-імпортних операціях:

- пов'язаний із посиленням адміністративного контролю, доповнений жорсткістю законодавства щодо стандартних схем нелегального вивезення капіталу (заниження експортних цін, неповернення валютного виторгу, фіктивні імпортні контракти з авансовою оплатою і завищеними цінами, корупція на митниці, розрахунки через офшори). Відомі у світовій практиці заходи зводяться переважно до введення ліцензування інвестицій за кордоном, заборони або обмежень на деякі види інвестицій, обмежень на фінансування вивезення капіталу, а також формування низки попередніх умов. Їх реалізують переважно через адміністративний і валютний контроль. Слід зазначити тільки часткову ефективність даного напряму, що було найбільш характерно в 1994–1997 рр., і практично себе вичерпало, тому що веде до погіршення інвестиційного клімату, посилення відпливу капіталу.
- пов'язаний із розв'язанням головних завдань економічної політики, що забезпечує збалансованість бюджету, поліпшення податкової системи і податкового адміністрування суворо на основі закону, надійну роботу банківської системи, захист прав нерезидентів й інвесторів, прозорість фінансової звітності підприємств й організацій, позитивні зрушення в боротьбі з корупцією і злочинністю, поліпшення роботи прокуратури і судової системи, дотримання законів.

Таким чином, для того, щоб бути ефективними, обмеження мають охоплювати досить широкий спектр операцій, уводитися під твердим контролем і супроводжуватися необхідними реформами та зміною економічної політики.

Проблема існування офшорних і вільних економічних зон має досить суперечливий характер: питання про те, чи потрібні офшорні зони, як вони впливають на економічний розвиток держави загалом, чи є необхідність формування нової міжнародної нормативно-правової бази здійснення офшорної політики на сучасному етапі розвитку світового господарства й удосконалення вже існуючої постають нині досить актуально.

Погляди економістів на офшорну політику досить різняться. Одні фахівці в цій сфері притримуються позиції, що контроль із боку держави не обов'язковий, оскільки його відсутність створить сприятливе середовище для економічного зростання. Інші – обґрунтовують на практичних прикладах те, що вільні економічні зони здійснюють негативний вплив на економічний розвиток держави, адже з неї вивозять значні капітали і при цьому руйнують економічну стабільність. Треті стверджують, що офшорний бізнес потрібен будь-якій країні, але під пильним контролем держави, основою якого має бути досконале нормативно-правове регулювання офшорних відносин.

Упродовж останніх років українські банки і фінансові компанії використовують офшорні схеми діяльності на світових ринках цінних паперів. Зросла роль офшорних схем у формуванні транснаціональних господарських систем, коли офшорні фірми «вбудовують» у мережу зовнішніх філіалів українських підприємств. Офшорні схеми часто націлені на подолання іноземних податкових бар'єрів.

Разом із тим, тема офшорного бізнесу є досить актуальним питанням для нашої країни, про що свідчать численні публікації у пресі і науковій літературі та спроби законодавчого врегулювання офшорної діяльності. Чого вартий лише той факт, що станом на 1 січня 2011 р. слово офшор містилося в понад 50 вітчизняних нормативноправових актах, однак донині юридичного визначення цього поняття не існує.

Варто наголосити, що хоча офшорні зони і є привабливими для діяльності нерезидентів у пільговому режимі, багато країн, у тому числі Україна, ще не визначилися щодо юридичного оформлення цих зон, умов і доцільності їх заснування. Так, діюче українське

законодавство з урегулювання взаємовідносин суб'єктів офшорної діяльності умовно можна поділити на три групи:

- базове офшорне законодавство;
- антиофшорне законодавство;
- законодавство, що регулює заходи, спрямовані на збирання й аналіз інформації, що стосується взаємовідносин «резидент України – офшорна компанія».

До першої групи належать нормативно-правові акти, що визначають поняття, основні риси, принципи встановлення резидентності, принципи діяльності офшорних зон, порядок створення і ліквідації та механізм їх функціонування, загальні правові й економічні основи статусу форм ведення підприємницької діяльності, способи оподаткування доходів, а також загальні правила регулювання відносин між суб'єктами офшорної діяльності. Нині в Україні діє базовий у даній сфері Закон України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон» від 13 жовтня 1992 р., який визначає державну стратегію і тактику в галузі розбудови спеціальних зон і територій пріоритетного розвитку. Проте в цьому Законі України взагалі не згадують термін офшор. У Податковому кодексі України зазначається, що: офшорні зони – це спеціальні економічні зони, у яких застосовують особливі правила оподаткування. У ньому також не наведено системного та детального розкриття поняття офшору.

До другої групи належать нормативно-правові акти, які спрямовані на те, щоб резиденту України економічно було б невигідно імпортувати товари та послуги з офшорних центрів, а також щодо розв'язання проблеми втечі капіталу за кордон. У п. 18.3 ст. 18 у редакції Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» 1997 р. було визначено: «у разі укладення договорів, які передбачають здійснення оплати товарів (робіт, послуг) на користь нерезидентів, що розташовані в офшорних зонах, чи при здійсненні розрахунків через таких нерезидентів або через їх банківські рахунки, незалежно від того, чи здійснюється така оплата (у грошовій або іншій формі) безпосередньо або через інших резидентів або нерезидентів, витрати платників податку на оплату вартості таких товарів (робіт, послуг) включають до складу їх валових витрат у сумі, що становить 85 % оплаченої вартості цих товарів (робіт, послуг)». Проте в цьому законі не було визначення понять офшор, офшорна зона, офшорна територія, офшорна юрисдикція. Перелік офшорних зон щорічно оприлюднює Кабінет Міністрів України, проте в ньому, окрім переліку держав, у яких функціонують офшорні зони, знову ж таки не подано тлумачення поняття офшор чи офшорна зона.

До третьої групи належать нормативно-правові акти, що регулюють заходи, спрямовані на виявлення загальносвітової тенденції розвитку офшорного бізнесу, встановлення контролю за зовнішньоекономічною діяльністю резидентів України, виявлення незаконних операцій, пов'язаних із легалізацією коштів, отриманих незаконним шляхом. Проте жоден із нормативно-правових актів даної групи не розкриває поняття офшор.

Формування офшорного бізнесу в Україні доцільно розглядати крізь призму розвитку спеціальних вільних економічних зон.

На початку 80-х рр., коли почали розгортатися процеси лібералізації економічного життя, ринкових і структурних перетворень у народному господарстві, регіони України виявили зацікавленість до створення на власній території особливих, спеціальних, підприємницьких вільних зон. «Піонерами» цього процесу стали Закарпатська, Одеська, Чернівецька, Харківська, Дніпропетровська обл. й Автономна Республіка Крим. Однак ухвалення рішення із цього питання відкладалося з об'єктивних причин. До них належать: відсутність відповідної законодавчої бази і затвердженої на державному рівні концепції ре-

гіональної політики, програми розбудови в Україні ВЕЗ, невизначеність перспектив господарського розвитку тощо. Нерішучість владних структур із цього питання створювала подвійну ситуацію, коли ініціатива регіонів не знаходила дієвої підтримки уряду.

Першими кроками виходу із цієї ситуації стали: ухвалення Верховною Радою України в 1992 р. Закону «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон», утворення компетентної Міжвідомчої комісії з розгляду і підготовки документів із заснування ВЕЗ, схвалення Кабінетом Міністрів України «Основних напрямів державної регіональної економічної політики України» та Концепції розбудови на території держави спеціальних (вільних) економічних зон (Постанова № 167 від 14.03.94). Прийняття зазначених документів створило правові підвалини діяльності зон.

Спеціальну (вільну) економічну зону (special/free economic zone) визначають законодавством України як частину території держави, у межах якої встановлено спеціальний правовий режим економічної діяльності.

Вихідними критеріями віднесення будь-яких територіально-господарських формувань до ВЕЗ є:

- умовна екстериторіальність й індеферентність торговому режиму приймаючої держави;
- націленість на активізацію зовнішньоекономічних зв'язків (обмін капіталами, товарами, технологіями тощо);
- наявність особливого, пільгового відносно діючого загальнодержавного, інвестиційного клімату у складі податкового, валютно-фінансового й організаційно-правового режиму діяльності суб'єктів зони.

Законодавством України дозволено створювати: вільні митні зони і порти, експортні, транзитні зони, митні склади, технологічні парки, технополіси, комплексні виробничі, туристично-рекреаційні, страхові, банківські зони тощо. За функціональними ознаками розрізняють п'ять типів зон:

- зовнішньоторговельні,
- торговельно-виробничі,
- науково-технічні,
- туристично-рекреаційні,
- банківсько-страхові (офшорні).

ВЕЗ можуть займати різну за розміром територію й охоплювати будь-яку кількість суб'єктів підприємництва. Спеціальні (вільні) економічні зони, незалежно від типу, що розміщуються на незаселеній території розміром до 500 га та мають лише об'єкти забезпечення життєдіяльності ВЕЗ, належать до локальних або точкових зон.

Метою створення ВЕЗ є:

- прискорення соціально-економічного розвитку регіонів розташування;
- залучення зовнішніх інвестицій;
- створення нових робочих місць і розв'язання проблем використання незайнятого працездатного населення;
- активізація підприємницької діяльності;
- стимулювання експортоорієнтованого (або імпортозамінюючого) виробництва;
- залучення й упровадження новітніх технологій;
- підвищення ефективності використання місцевих природних ресурсів.

Таким чином, заснування спеціальних (вільних) економічних зон має пов'язуватися насамперед зі створенням точок економічного зростання, відновленням депресивних районів і стимулюванням структурних зрушень в економіці.

Відсутність спеціальних економічних зон у господарській практиці держави можна віднести до негативних чинників, які стримують економічний розвиток проблемних територій і залучення в Україну іноземних інвестицій. Це підтверджують загальновідомі дані щодо закономірностей інвестування, розвитку виробництва та підприємництва у ВЕЗ різних держав світу.

Найінтенсивніший розвиток підприємництва та найбільші темпи економічного зростання характерні для етапів становлення і розвитку ВЕЗ. Зокрема, на зазначеному етапі розвитку річний приріст вкладених іноземних інвестицій до ВЕЗ становить зазвичай 35–75 %; середньорічні обсяги іноземного інвестування в розрахунку на одне підприємство – суб'єкт зони дорівнюють 90–250 тис. дол США; середньорічні темпи зростання промислового виробництва в зоні перебувають на рівні 130–175 %. Після закінчення етапу освоєння зони й утвердження спеціалізації економічних зон надалі середньорічні темпи зростання виробництва частково знижуються до 110–130 %. Слід мати на увазі, що питома вага торговельно-виробничих зон у міжнародній торгівлі наразі становить 20 % і має сталу тенденцію до щорічного зростання на два відсоткових пункти.

ВЕЗ також є важливим стимулом для ввезення до приймаючої країни іноземних інвестицій, абсорбуючи від 10 до 80 % їх сукупної вартості. Крім того, зони виробничого спрямування забезпечують у країнах Південно-Східної Азії від 10 % (Корея, Гонконг, Філіппіни) до 60 % (Сингапур) загальної кількості новостворених робочих місць. Проте досі в Україні не створено необхідних умов для залучення іноземних інвестицій. Так, за кумулятивним показником надходжень прямих іноземних інвестицій до держав, що мали централізовано керовану економіку, наша держава займає 16 місце. Підприємства з участю іноземного капіталу фактично не здійснюють впливу на розвиток підприємницької діяльності та виробництво в Україні, оскільки їх питома вага в загальнодержавному виробництві ВВП та національному доході становить 0,03 %.

Оскільки ВЕЗ – це певна територія, на якій встановлено і діє спеціальний правовий режим економічної діяльності та порядок застосування і дії законодавства України (приймаючої держави), то подібне утворення матиме такі переваги:

- невелика площа території зони дозволить обмежити ймовірні негативні результати її діяльності;
- визначеність типу та функціональної спрямованості ВЕЗ дозволить регулювати галузеву структуру зональних виробництв;
- наявність проекту (фактично – цільової комплексної програми економічного розвитку) означатиме врахування регіональних і загальнодержавних пріоритетів;
- гнучкість норм податкового та митного законодавства, що поширюється на суб'єктів зони та є винятком із загального податкового митного законодавства, дозволить на обмеженій кількості суб'єктів підприємництва і, відповідно, з мінімальними втратами бюджетних коштів у вигляді податкових платежів провести експеримент із різними системами оподаткування та виявити оптимальну схему;
- імідж зон як територій зі сталим законодавством, гарантіями та сприятливим інвестиційним кліматом, що склався у світі завдяки широкому розповсюдженню цієї форми територіально-господарської організації, дозволить стимулювати активне залучення іноземних підприємницьких інвестицій і повернення тих національних капіталів, що втекли за кордон останнім часом.

Усього за період 1989–1998 рр. на місцях було розроблено та подано до Кабінету Міністрів України понад 30 проектів заснування локальних і точкових спеціальних (вільних) економічних зон різних типів. Зокрема, у Закарпатській (вільна митна зона

«Чоп-Інтерпорт», комплексна спеціальна економічна зона «Закарпаття», ВЕЗ «Європа-Центр»), Чернівецькій (комплексна ВЕЗ Чернівецької обл., туристично-рекреаційна зона «Буковина»), Одеській (Одеська комплексна, «Антарктика», «Южненська», «Порто-франко», «Південна Пальміра», «Аджалик») областях, Автономній Республіці Крим (Севастополь, «Манганарі», «Сиваш», Керч, Кримська комплексна економічна зона, точкова зона «Фотон»), Херсонській («Джарилгач»), Дніпропетровській («Дніпроавіа», «Придніпров'я», «Кривбас»), Чернігівській (Північно-Українська зона прикордонної співпраці), Волинській («Інтерпорт-Ковель»), Донецькій («Азов'є», технопарк у м. Донецьку, комплексна ВЕЗ), Львівській («Яворів», «Курортополіс Трускавець»), Запорізькій («Степногірськ»), Івано-Франківській («Ворохта», «Яремче»), Харківській («Лідія-Харків»), Вінницькій («Могилів-Подільський»), Київській («Славутич»), Полтавській («Кременчук») областях та ін. Таким чином, 15 із 25 великих адміністративно-територіальних одиниць (області та АР Крим) вважають за можливе чи необхідне створити на власній території особливий режим підприємницької діяльності у формі ВЕЗ.

Усі пропозиції щодо формування ВЕЗ зазвичай базуються на детальному знанні «внутрішніх» проблем і специфіки господарського розвитку областей. Вивчення цих проектів дозволяє досить упевнено стверджувати, що подібна ініціатива загалом не суперечить загальнодержавній економічній політиці, а є її наповненням. Однак неправомірно буде оцінювати процес тільки позитивно: деякі із представлених до КМ України та Міжвідомчої комісії проектів недостатньо опрацьовані, у баготьох випадках утворення ВЕЗ потребує залучення значних централізованих капіталовкладень або передбачає довготермінове вилучення з кола фіскальних інтересів України значної кількості платників податків.

Крім того, детальне вивчення зазначених проектів дозволяє визначити низку загальних недоліків, серед яких:

- відведення під створювані ВЕЗ великих територій, включаючи адміністративні райони, міста та цілі області;
- надто широкий перелік функцій і поєднання багатьох типів зон в одній комплексній зоні;
- невизначеність характеру взаємовідносин зони з позазональним простором;
- невиправдані спроби розв'язання шляхом заснування зон політичних і національних проблем.

Дійсно, кожна країна зацікавлена у створенні вільних економічних й офшорних зон, які забезпечать їй валовий приріст, стабілізацію економіки і гармонійний розвиток. Проте правова невизначеність і відсутність законодавчої регламентації офшорного бізнесу, на жаль, не дозволяють зараз в Україні говорити про створення в нашій державі ефективних механізмів функціонування та загальних правил регулювання відносин між суб'єктами офшорної діяльності. І це поряд з існуванням такого потужного тіньового сектора в економіці, що має місце в Україні. На жаль, нині доводиться визнати – такий стан призводить до гальмування економічного розвитку країни і залучення тим самим офшорного бізнесу до тіньового середовища.

З огляду на це, уже зараз необхідно вжити таких заходів:

- унести зміни та доповнення до чинного законодавства (а якщо потрібно, то й прийняти спеціальний закон), за допомогою чого можна було б з'ясувати особливості правового режиму оподаткування;
- визначити принципи встановлення резидентності;
- встановити загальні засади діяльності та належного контролю за діяльністю нерезидентів в офшорних зонах;

- згідно з накопиченим міжнародним досвідом в офшорних зонах сформувати продуктивну схему діяльності на світових ринках цінних паперів;
- слід також на найвищому рівні при формуванні державної економічної політики зробити чи не пріоритетним завданням боротьбу з відмиванням тіньових капіталів, одержаних в офшорних зонах.

Тринчук В.*

PRODUCT PLACEMENT В МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Як і будь-який сучасний бізнес, рекламний постійно удосконалюється. Здавалося б, що ще можна придумати? Роками відпрацьовані технології прямої реклами дають прекрасні результати й спонукають страхувальника до купівлі страхових продуктів. Але услід за стандартним набором (зовнішня, друкована, теле- і радіореклама) з часом з'являється реклама в кінотеатрах і в мережі Інтернет, відкриваються агенції, що спеціалізуються на BTL (акціях зі стимулювання збуту) і PR (зв'язках з громадськістю). Ефективність прямої реклами з кожним роком знижується. Тому рекламодавці вимушені використовувати приховану, яка менш нав'язлива, а за рівнем ефективності перевершує звичайну.

З появою відео, DVD і Інтернету багато хто поспішив заявити, що кіно вмирає. Але історія останніх років підтверджує зворотне. Кіно знімається, демонструється в прокаті і приносить високі доходи. На Заході вже тривалий час одним з інструментів поповнення бюджету для зйомок кіно є product placement. Щорічно тільки американські компанії витрачають по $50 млн. на product placement.

Product placement (PP) – оригінальний з погляду бізнесу спосіб реклами, завдяки якому продукт рекламується завуальовано. Будучи частиною сценарію, він органічно розміщений в художньому творі. Таким чином, він не тисне на психіку, непомітно, проте міцно і надовго вкарбовується у свідомість глядача. Психологи давно відмітили одну нехитру, але дуже «перспективну» особливість глядацького сприйняття: він завжди хоче бути схожим на героя кіно. PP ефективний для багатьох напрямів бізнесу. Його успішно використовують ресторани, торгові і бізнес-центри, приватні клініки, телекомунікаційні, будівельні організації, страхові, фінансові й інші компанії сфери послуг.

Якщо в Росії це явище перебуває на стадії зародження (в Україні практично відсутнє), за кордоном його активно використовують вже впродовж багатьох років.

Метою статті є вивчення теоретичних підходів та розробка пропозицій щодо практичного застосування інструментарію product placement в маркетингових комунікація страхових компаній.

Дослідженню основних положень теорії маркетингу та реклами, інтегрованим маркетинговим комунікаціям присвячені праці вітчизняних і зарубіжних учених та практиків: Герасимчука В., Голубкової Є., Кормушкіна О., Котлера Ф., Ламбена Ж.Ж., Огілві Д., Павленка А., Пашутіна С., Почепцова Г., Примак Т., Ромата Є., Романенко Л., Скогорєвої А., Соромотіної Є., Старостіної А., Федько Н., Федько В. та ін.

Розглядаючи способи інтеграції страхової реклами в кіносюжет ми звернулися до західного та радянського досвіду використання product placement, і в якості матеріалу для дослідження обрали художні фільми з сюжетами про страхування, випадки страхового шахрайства та історії з життя страхових агентів.

---

* кандидат економічних наук доцент кафедри фінансів Київського національного торговельно-економічного університету

© Тринчук В., 2012

Як рекламний прийом product placement використовується понад 80 років. Першопрохідцями практики product placement можна сміливо назвати американські радіостанції, які ще в 20-х роках минулого століття активно використовували свій ефірний час для просування різних послуг і товарів.

В закордонних джерелах історію виникнення product placement пов'язують з появою на екранах американських телевізорів звичайного мультфільму, в якому продемонстровано чудові властивості шпинату. Персонаж моряка Папайя був створений в 1929 році[1]. Історія замовчує, що з'явилося першим – сам Папай чи ідея включити його образ в загальнонаціональну кампанію з оздоровлення способу життя американців, але достеменно відомо, що після появи цього мультфільму в США обсяг споживання консервованого шпинату зріс на 30%.

Згідно з іншою версією ще в дореволюційний період російський купець Петро Смирнов інкогніто заходив в ресторани і замовляв «найкращу горілку» – зрозуміло, власного виробництва. Якщо йому відповідали, що такої марки не знають, він голосно обурювався і йшов, навіть не доторкнувшись до їжі. І наступного дня «Смирновська» з'являлася в меню ресторану[2].

Всупереч розхожому переконанню, радянський кінематограф познайомився з product placement не останні роки існування Союзу, а на зорі його туманної юності. У 1925 році на екрани вийшов фільм «Закрійник з Торжка». Ця кінострічка була призначена для популяризації державних виграшних позик і тому знімали її за гроші Наркомфіна[2]. За кошти того ж відомства був створений і фільм Бориса Барнета «Дівчина з коробкою», що вийшов на екрани в 1927 році і названий вітчизняними критиками першим рекламним фільмом радянського кіно. Варто відзначити, що радянський product placement виявився дуже ефективним: облігації, що раніше не користувалися у радянських громадян особливим попитом, після перегляду картин реалізовувалися «на ура».

Ідею product placement з успіхом продовжив продюсер серіалу про агента 007 Альберт Броколі. Навіть не просто продовжив, а підняв на якісно новий рівень. Звичайно, product placement з'являвся і в голлівудських фільмах і після Папайя, але бондовську епопею можна сміливо назвати другим етапом становлення цього виду реклами.

Невідомо, що більше надихнуло команду на чолі із знаменитим Стівеном Спілбергом – моряк Папай, Джеймс Бонд або ще щось. У його фільмі «Інопланетянин» 1982 року з'явилися солодощі Reese`s Pieces від компанії Hershey`s. Після виходу картини в прокат Reese`s Pieces увійшли до «меню мрії» американських дітей як незмінного атрибуту. Продажі виробника збільшилися на 65% (за іншими джерелами – на 70%). Цей приклад спонукав багато фірм на створення спеціальних відділів з product placement, а виробників брендів – на організацію аналогічних відділів вже у себе. Почали з'являтися агентства за новим типом реклами. Зараз тільки при Голівуді їх понад 200. А сам «Інопланетянин» символізує початок третього етапу розвитку product placement – етапу, коли він був визнаний всіма сторонами кінопроцесу: рекламодавцями, продюсерами, фахівцями з маркетингу і пресою.

У 80-і роки product placement стає повноцінною, самостійною індустрією. Вже до кінця десятиліття всі найбільші західні кіностудії організували відділи, які спеціалізувалися на product placement. Розміщення продуктів в художніх фільмах було визнане життєздатним і дуже ефективним способом просування товару.

Інтерес до product placement пострадянських країнах з'явився з підйомом національного кіно. В кінці 90-х публіка «підсіла» на вітчизняні серіали, а потім пішла і в кінотеатри на російські фільми. Продюсери і рекламодавці швидко зрозуміли, в чому їх вигода.

Продакт плейсмент (англ., product placement (PP), дослівно перекладається як розміщення продукту) – маркетингова стратегія, яка передбачає неакцентоване використання логотипу, слогану або продукту страховика.

Product placement – партизанська стежка до свідомості страхувальника. Це технологія розміщення торгової марки, в художньому [18, с.318], телевізійному фільмі, художньому серіалі, телевізійному шоу і програмі, книзі, комп'ютерній грі, музичному кліпі, пісні або усередині будь-якого іншого продукту індустрії розваг з метою отримання рекламної вигоди.

Доки по телевізору йде захоплюючий фільм або улюблений серіал, глядач сидить ніби приклеєний до екрану, та варто з'явитись рекламній заставці, у нього миттєво може з'явитися безліч інших важливих справ. Навіть дуже якісний рекламний ролик, якщо виникає перспектива побачити його вже в n-й раз, може викликати роздратування. Але нарешті рекламний блок вичерпав себе, і увага глядача знову прикута до телевізора, назустріч все тій же рекламі, не підозрюючи навіть, що чудовий фільм – це теж рекламний ролик, тільки більш тривалий і зроблений витонченіше.

Серія американських досліджень показала, що глядача дратує, коли він не може чітко розгледіти у героя назву предметів, які його оточують або якими він користується. Масовому глядачеві набридла надмірна художня умовність, і ще більше йому набридли повчальні, переобтяжені оголошеннями рекламні ролики. Саме це й надало друге дихання product placement.

Матеріалом для розміщення може бути не тільки кіно, телефільм або серіал, хоча саме ці носії охоплюють найширшу аудиторію і найбільш доступні для сприйняття. PP активно використовується і в телепередачах, де продукт розміщений або за допомогою банального спонсорства («спонсор прогнозу погоди страхова компанія, або, що краще, продукт певним чином обіграний. Наприклад, спеціально під нього придумані конкурси, в ході яких демонструються всі його відмінні від конкурентів властивості.

Product placement може використовуватися також в музичних кліпах і в самих піснях. Навіть у театральному мистецтві може бути присутня прихована реклама, але це, звичайно, стосується не класичних постановок, а сучасних, які полюбляє відвідувати молодь, тому що побачити це престижно і модно. Автору статті одного разу пощастило переглянути виставу в Харківському Будинку актора. Яким було власне здивування, від переслідування страхування навіть в театральній залі, коли з вуст головного героя під час спектаклю пролунало: «Як відрекомендувати цього молодого чоловіка (жениха)? Відрекомендуємо агентом Держстраху».

З погляду бізнесу product placement вигідний і для його замовника, і для виконавця. Для кіно, наприклад, це можливість покрити витрати на дорогі зйомки, а від так відомості про касові збори є абсолютно непоказовими. Коли фільм, виходячи з акторського і режисерського складу, обіцяє бути успішним, то в сценарії заздалегідь передбачають місця для брендів, які рекламодавці охоче купують. Серед низки дуже дієвих аргументів щодо використання переваг технології product placement є:

- органічне поєднання в канву художнього твору розміщення інформації про страхову компанію та її послуги. Саме тому глядачів не дратує подібне розміщення, оскільки продакт плейсмент не перериває хід фільму, як пряма реклама, а тому поява страхового продукту сприймається лояльно. Споживач переносить на рекламований страховий продукт своє позитивне ставлення до носія реклами, в даному випадку, до художнього твору;

- оптимальні умови перегляду – інтегрована реклама не дозволяє відволікти увагу потенційного споживача з об'єкту, що позиціонується, як під час звичайних рекламних роликів і спонсорських заставок на телебаченні;

- витончена форма подачі послання, надаючи безмежну кількість можливостей для творчих, нестандартних та ефективних знахідок;

- максимально широке охоплення цільової аудиторії за рахунок багаторазового показу на центральних, регіональних, зарубіжних, кабельних, супутникових каналах, вихід на відеокасетах і DVD. Все це допоможе достукатися до сердець десятків мільйонів споживачів, забезпечуючи багатократні контакти з розміщеним продуктом і тривале життя розміщеному в ньому бренду;

- гарантія не перетинання з компаніями-конкурентами. Практика PP не дозволяє розміщувати в одній кінострічці конкуруючі товари і послуги;

- необмежене коло замовників. В даний час явище продакт плейсмент почало використовуватися не тільки комерційними організаціями, але також і державними службами. Так, наприклад, в США у Пентагоні – було створено власний підрозділ, що займається безпосередньо продакт плейсментом даного відомства, яке має свої представництва на всіх потужних кіностудіях Голівуду;

- дана технологія набагато економніша за пряму телерекламу. Бренд органічно вписується у фільм, для якого вже передбачена потенційна цільова аудиторія і прорахована успішність, а після його виходу на екрани буде проаналізована реальна аудиторія. Таким чином, клієнтові не доводиться витрачати кошти на власні дослідження. Страховій компанії залишається тільки знайти місце в сценарії і розділити успіх картини. Так, 80% інформації про навколишній світ людина отримує візуальним способом. Під час перегляду готового кіно або телесюжету глядач отримує одночасно і картинку, і звук, отже, вплив на інформаційні канали стає наближеним до 100%[3]. Product placement не передбачає виробничих витрат на зйомку ролика, кастинг акторів і розробку творчої концепції. За даними Gallup Media, фільми і серіали є одним з найрейтинговіших передач на телебаченні. До їх перегляду люди готуються і заздалегідь відкладають всі поточні справи. Як показує посекундний аналіз Gallup, рейтинг рекламного блоку в передачі на телебаченні нижчі за рейтинг самої передачі на 40-60%[4];

- комплексний підхід. Product placement вражаючий довготривалий промоушн, який не закінчується написом «кінець» на екрані. Адже демонстрація фільму проходить безліч етапів: спочатку презентація на великому екрані в рідній країні, згодом продаж прав за кордон, перепродаж різним телеканалам і незліченна кількість телетрансляцій, зокрема на кабельних і супутникових каналах. Після цього – відео і DVD-версії.

Прийнято виділяти три основні типи product placement:

- візуальний (статичне розміщення) передбачає обов'язково показ продукту в кадрі, глядачі можуть побачити логотип прочитати назву, але ні актори, ні голос за кадром не називають її вголос. Прийом використовується для збільшення впізнанності бренду і поєднання продукту з певним стилем життя. У кінокартині це зазвичай представлено таким чином: герой йде по вулиці, і його увагу привертає яскрава вивіска, з логотипом певної компанії, припаркований автомобіль зі стікером страхової компанії «Інгосстрах» у фільмі «Далекобійники-2»;

- аудіальний (включає вербальний і невербальний). Усний або вербальний – фраза (діалог), що рекламує продукт, послугу або компанію, – коли актор або «голос за кадром» згадують про продукт, послугу або компанію в позитивному плані, або назва бренду безпосередньо промовляється персонажем. Неусний або невербальний – звук, що є невід'ємною властивістю того або іншого продукту;

- сюжетний (кінестетичний), коли герой користується товаром (послугою) дає коментарі до нього. В окремих випадках продукт стає головним персонажем якого-небудь

епізоду або всього фільму в цілому, як це трапилось з художнім фільмом «З'їздили», який було відзнято у 1976 році на замовлення Держстраху СРСР. У фільмах, яким притаманні сюжети про страхові випадки, розбиті чи підпалені авто і щасливі власники страхових полісів, – це кращий аргумент скористатися послугами страхової компанії, про яку так чи інакше стане відомо героям даного твору. Кінестетичний тип зазвичай передбачає використання як візуального, так й аудіального типу[5], як в рекламі компанії «Держстрах» у фільмі «Приморський бульвар». Саме сюжетний тип часто-густо дослідники ще й називають «використання або споживання» (динамічне розміщення), як будь-яку взаємодію персонажа з продуктом з обов'язковою можливістю читання логотипу.

За допомогою описаних вище типів розміщення вирішуються конкретні рекламні завдання, від яких залежить ступінь участі страхової компанії у фільмі. Залежно від поставленого завдання, виокремлюють наступні види product placement, див. табл. 1.

Потужні страхові компанії, що володіють достатніми ресурсами, давно вже прийшли до висновку, що набагато економічніше і ефективніше використовувати product placement в сукупності з іншими видами маркетингових комунікацій. Таким чином, створюється комплексна програма просування страхового продукту або компанії на ринку, що дозволяє страховику ознайомити цільову аудиторію з різними сторонами запропонованого продукту.

В ході дослідження пришли до висновку, найчастіше продакт плейсмент стає складовою частиною таких програм, як: кросс-промоушн, кіномерчендайзинг, спонсорські програми, Talent Relations, ліцензування.

- Кросс-промоушн. Розробка і проведення промо-програм є логічним продовженням продакт плейсменту. Компанії, що розмістили свій продукт, проводять великомасштабні рекламні і PR-кампанії, засновані на розміщенні, просуванні і рекламуванні продукту і самого фільму.

Таблиця 1.
Приклади страхового product placement

Тип	Вид	Характеристика та мета розміщення	Страхова компанія	Назва художнього фільму	Приклад
Візуальний	Нейтральне розміщення	Неактивна присутність, просування фірмового стилю	**Van Kuipp Life**	**Intacto**	Демонстрація бланку страхового полісу з логотипом компанії
	Корпоративне розміщення	Підтримка та просування фірмового стилю компанії	**Інгосстрах**	**Далекобійники-2**	Розміщення на лобовому склі вантажного автомобіля КАМАЗ логотипу компанії
			Intercontinental Life	**Дорога на грецьке весілля (Road to a Greek Wedding)**	Розміщення логотипу страховика на будівлі та в офісі компанії
			Liberty Capital	**Велике біле (The Big White)**	
Аудіальний	Розміщення ідеї, практична демонстрація суті ідеї	Реклама ідеї, особливостей професії впродовж цілого фільму, що є основою сценарної ідеї	**Нью-йоркська страхова компанія**	**Прокляття нефритового скорпіона (The Curse of the Jade Scorpion)**	Акцент уваги глядача на тому, що герой – працівник страхової компанії
	Нейтральне розміщення	Неактивна присутність, відсутність продукту, послуги у фільмі	**Держстрах**	**Доля резидента**	Герой фільму виголошує «Если человек не идет к Госстраху, госстрах идет к человеку»

Тип	Вид	Характеристика та мета розміщення	Страхова компанія	Назва художнього фільму	Приклад
Сюжетний або кінестетичний	Розміщення образу продукту	Сюжет фільму повністю присвячений продукту, послузі, ідеї	**Держстрах**	**З'їздили**	Четверо друзів вирішили порибалити на лісовому озері. Приїхавши на місце, друзі виявили, що вони далеко не єдині, хто знає про це місце. Лов йшов добре, весело. Але, на жаль, не всі любителі підлідного лову достатньо акуратні і уважні. Коли друзі з уловом зібралися їхати додому, їх чекав неприємний сюрприз – запалав їх автомобіль
	Творче розміщення	Продукт (послуга) творчо інтегрується в сюжет і стає його невід'ємною частиною.	**Інститут страхування**	**У скрутну хвилину**	У героїв стрічки під час пожежі пошкоджено майно. Біля каси діалог героїв про виплату «страхових» коштів за згорівший будинок, майно, загиблу худобу, все що було застраховане у добровільному порядку – виплата у 4200 руб
		Реклама конкретної вигоди від використання продукту			
	Розміщення ідеї Практична демонстрація суті ідеї	Реклама ідеї, властивостей продукту або послуги, професії страховика впродовж цілого фільму у поєднанні з подальшою рекламою як самого фільму, так і продукту (послуги), що є основою сценарної ідеї	**Інститут страхування**	**Бережись автомобіля,**	Підтримка, просування іміджу компанії, страхових продуктів, популяризація професії страхового агента
				Страховий агент	
			Інститут страхування	**Банзай**	Роз'яснення на комічних прикладах різних видів страхування
				(Banzay)	
			Держстрах	**Приморський бульвар**	Репліка письменника на лікарняному ліжку «мій герой – агент Держстраху»; демонстрація рекламного слогану «Вступающий в брак! Веди невесту в Госстрах!»
	Розміщення продукту	реклама продукту певної торгової марки, підтвердження популярності, репутації, асоціація продукту з певним стилем життя	**Держстрах**	**Подарунок самотній жінці**	Реклама страхування автомобілів і страхування життя

Наприклад, вихід фільму широко анонсується і рекламується, і на плакатах може опинитися саме той кадр, де герой тримає в руках страховий поліс або перебуває біля будівлі офісу страховика. Цей метод має і зворотну залежність: компанія починає будувати розкручування свого бренду на основі фільму, роблячи рекламу таким чином і собі, і кінострічці. Методами кросс-промоуш є створення рекламного ролика продукту з нарізки кадрів

фільму; проведення конкурів щодо визначення найуважнішого глядача; розміщення рекламних стендів, плакатів з кадрами з фільму, календарів.

- Кіномерчендайзинг, як виробництво товарів-персонажів художніх фільмів і серіалів. Товарні групи можуть бути найрізноманітнішими: саундтреки до фільму, іграшки, годинники, посуд (тарілки, келихи та кухлі), одяг (футболки), канцелярське приладдя, комп'ютерні ігри, продукти харчування (шоколад, цукерки) та інша сувенірна продукція,

- Спонсорські програми передбачать показ фільму/серіалу, прем'єрні покази у кінотеатрах країни і організацію перед показом фуршетів і презентації, промо-турів акторів, які користуються у фільмі продуктом.

- Talent Relations – залучення зірок до рекламної кампанії для просування товару: один з найорганічніших і найбільш витончених рекламних прийомів, який пов'язаних з появою продуктів в кінокартинах.

- Ліцензування. Агентства з продакт плейсменту виступають як посередники між кінокомпаніями і рекламодавцями щодо покупки прав на персонажі і кінообрази. У 1990 році компанія 20th Century Fox – виробник мультиплікаційного серіалу про Сімпсонів – продала більше 100 ліцензій на право використання символіки мультфільму на суму близько $750 млн.

Варто приділити особливу увагу можливості використання product placement в комп'ютерних іграх. Серед розповсюджувачів product placement ігри стають все більш популярні. За даними експертних досліджень, побачені або почуті в грі назви торгових марок запам'ятовує майже чверть гравців. Назва компанії (продукту) може згадуватися на рекламних щитах уздовж гоночних трас або на автомобілях, на яскравих завантажувальних екранах-заставках. Рекламне повідомлення є статичним і його презентація гравцям може варіюватися в дуже широкому діапазоні: від звичайних рекламних щитів, брендованих ігрових предметів до рівнів, виконаних у вигляді назв компаній і так далі.

Основна відмінність від advergame – це те, що реклама вбудована в існуючу гру, де мета гри – розважити гравця, а не явне просування товару/послуги. Product placement є ще одним джерелом (нарівні з продажами) покриття витрат, пов'язаних з розробкою гри.

Перевагами даного рекламного підходу є: можливість «зачепити» певну аудиторію (в першу чергу, підліткову), увагу якої важко привернути іншими медіа; advergames – це, як правило, довготривала реклама, має сенс створювати такі ігри для формування іміджу, збільшення впізнанності бренду і т.д.; на рекламу у вигляді advergames виділяється незначна частина рекламного бюджету; рекламне повідомлення може бути вбудоване в гру високої якості, що гарантує охоплення значної аудиторії; просуванням гри займаються не рекламодавці (як у випадку з advergames), а видавці, які краще розуміють специфіку даного ринку.

Так, в настільній грі «Монополія», яка продавалась в Ташкенті, всі квадрати на ігровому полі мали назви вулиць Ташкента, а два квадрати – назви місцевих компаній: Macrotec Media і Trans Insurance. Найцікавіше: на лицьовій стороні коробки надрукована та ділянка ігрового поля, де розташована компанія Trans Insurance, тобто на полицях в магазинах «світиться» цей бренд. Агентство реклами Eva&Polly підписало ексклюзивний контракт з Union Globe про реалізацію рекламних місць в грі «Монополія. Ташкентська версія». Вартість розміщення логотипу компанії на ігровому полі і картці разом з короткою інформацією про компанію у вкладці разом з правилами гри сягнула $1500. Тираж гри 5000 екземплярів, тобто присутність в одному комплекті гри дорівнює $ 0,3. Цілком посильний внесок. Якщо врахувати, що один комплект за своє життя пройде через руки 30 осіб, то один контакт з цільовою аудиторією обходиться в 1 цент[6].

Product placement (PP) як гармонійне поєднання іміджевої та продуктової реклами в сюжеті художнього твору – став значущим комунікаційним сегментом, який впроваджено у сферу кіно і телебачення. Для маркетологів – це один з ідеальних інструментів просування, який формує образ торгової марки страховика у свідомості споживачів страхових послуг. Особливо цінним даний прийом стає у разі природної інтеграції продукту в атмосферу кінофільму або телешоу. В цьому випадку, зважаючи на витонченість процесу втілення торгової марки в екранному образі і невловимого характеру пов'язаних з ним технологій просування товару, глядачі легко піддаються впливу рекламного звернення. Механізм дії product placement чіткий і зрозумілий – якщо улюблений персонаж купує товар, отримує послуги, вірогідність глядача вчинити аналогічні дії доволі значна.

Поєднання реклами страхового продукту з сюжетом фільму, відеосюжетом дає можливість використовувати ряд комунікаційних переваг, якими вони володіють: поєднують дію світла, звуку, подій і руху, кольору і музики; представляють ідеї, пов'язані з рухом, – те, що неможливо ефективно описати друкарськими і аудіозасобами; привертають довготривалу і виняткову увагу до рекламного звернення впродовж всього показу стрічки; визначають конкретний фактор в будь-якій дії або послідовності подій; забезпечують достовірне відображення подій; демонструють процеси, які в звичайних умовах неможливо побачити неозброєним оком; наближають до глядача події минулого і те, що недоступно йому із-за своєї віддаленості; збільшують, зменшують або спрощують об'єкти, а також ілюструють абстракції шляхом використання фотографії, мультиплікації і графіки; дозволяють глядачам побачити все на власні очі (побачити – означає повірити)[7, с.337].

Європарламент і Європейська Рада підписали «Директиву про аудіовізуальні медіасервіси», яка дозволить телевізійним компаніям розміщувати у фільмах і телепрограмах приховану рекламу (продакт-плейсмент). Директива також усуває денний ліміт рекламних роликів і замінює його обмеженням, яке припускає не більше дванадцяти хвилин реклами за годину. В той же час Федеральна антимонопольна служба Росії має намір штрафувати російські телеканали за приховану рекламу в художніх фільмах, що демонструються на телебаченні й прирівнюватиме її до звичайної реклами.

У спеціальній літературі навіть наведено цифри: запам'ятовування марок, експонованих в результаті product placement, в середньому складає близько 38%, тобто зростає у декілька разів[8]. Будь-яка дрібниця, що промайнула в кадрі, може стати популярною. Дає про себе знати і зоряний ореол улюбленого актора. Наприклад, головний герой кінофільму ніби як і не рекламує свою професію, він просто носить стильний одяг, користується автомобілем, має розкішний офіс і всі інші атрибути «солодкого життя», які потрібні в кадрі головним чином для того, щоб підкреслити стиль і образ даного персонажу, а вже потім все інше.

Медіапродюсери бачать в ідеї product placement можливість часткового відшкодування бюджетних коштів, витрачених на створення свого твору. Так, у $2,4 млрд. була оцінена в 2006 р. місткість телевізійного product placement (понад 71% загальних надходжень від використання цього способу реклами)[9, с.99]. На виготовлення кінофільмів припало трохи більше $885 млн., або 26% загального обсягу. І приблизно 2 -3% склав внесок в product placement від відеоігор і мережевих ресурсів. Найбільше число product placement-епізодів, майже дві третини, зафіксоване в США, третина – застосовувалася на азійському та європейському ринках.

Прибалтійським кіновиробникам у фільмі «Подарунок самотній жінці» вдалося вмонтувати в сюжет картини рекламу послуг «Держстраху» щодо страхування автомобілів («Тонна металобрухту коштує всього 20 рублів. Застрахуйте свій автомобіль!») і страхування життя.

Зараз багато студій вже готові змінювати сюжет заради рекламодавців. Зокрема, коли косметична фірма Avon вирішила за допомогою product placement просувати свою продукцію в серіалі «Моя прекрасна няня», то головній героїні «довелося» стати розповсюджувачем косметики і не менше 15 разів розповісти телеглядачам про марку avon. Фірмі участь в серіалі коштувала $0,5 млн.[9, с.103] Що стосується результатів, то зросла впізнанність продукту, а після кожної його «демонстрації» в серіалі пішов шквал дзвінків на «гарячу лінію» від охочих придбати таку ж, як у «няні», косметику.

Сьогодні вже product placement в телесеріалі коштує від $100 тис., у великих телевізійних проектах, реаліті-шоу на загальнонаціональних каналах – від $150 тис., а в художніх фільмах – від $200 тис.[10] Найдешевше обходяться книги і комп'ютерні ігри – включити в них свій бренд можна за декілька десятків тисяч доларів[11]. Що стосується затребуваності цього інструменту, то багато рекламодавців використовують product placement швидше як експеримент.

В цілому, не дивлячись на обмеження і технічні складнощі, багато фахівців вважають, що у фільмі або серіалі бренд буде гарантовано відмічений глядацькою аудиторією, на відміну від прямої телереклами. Зараз людина дивиться тільки 2-3 перших ролика з рекламного блоку, а потім перемикає програму або виходить з кімнати, а product placement допомагає цього уникнути[9, с.104].

З упевненістю можна говорити, що для страховиків сюжети значної кількості вітчизняних картин, на жаль, не формат. До того ж, заявити про себе набагато вигідніше не українським страховикам, у яких відсутні представництва і клієнти за кордоном, а потужним міжнародним страховим групам, інакше витрачаємо ресурси виключно на вітчизняного страхувальника, до того ж можливості позитивного ефекту від product placement обмежуються виключно територією України.

Складно визначити навіть приблизну дату появи першого літературного product placement. Ще Олександр Сергійович Пушкін писав: «…Страховать жизнь на Руси в обыкновение не введено, но войдет же когда-нибудь; покамест мы не застрахованы, а застращены»[12, с.39].

Варто наголосити, що навряд чи класик отримував якісь гонорари за пропаганду інституту страхування або від виробників швейцарського годинника, французького шампанська про які згадував у «Евгении Онегине». Але з великою долею вірогідності міг розраховувати на потрібну реакцію сучасників, які, безумовно, оцінювали і брали до уваги відгуки поета. Для XIX ст. це було цілком достатньо. За змістом, мало що змінилося за два століття.

Не отримав і Юрій Нікулін бонусів від страховика за рекламу Держстраху. «Я віддав одному з інспекторів заяву з проханням дозволити нам з партнером зробити замовлення на нові сорочки і капелюхи для роботи і довго потім по всіх кімнатах шукав жінку – страхового агента, щоб внести черговий платіж за себе і Таню. Довго я вважав, що страхувати своє життя не потрібно. Навіщо? Ми, клоуни, менш ризикуємо, ніж акробати, гімнасти, жонглери, дресирувальники. Але коли на моїх очах освітлювальним приладом, що впав з-під куполу, убило на манежі клоуна, я вирішив користуватися послугами Держстраху.»[13, с.8].

Сьогодні компанії звертаються до письменників з пропозицією написати книгу, сюжет якої розгортався б виключно навколо їх бренду. Книга може розглядатись як подарунок для клієнтів або твір для продажу у книжкових магазинах.

Product placement в книгах має ряд переваг перед стандартним розміщенням: по-перше, його відрізняє повна відсутність у споживача стандартних «рекламних фільтрів» при сприйнятті інформації про товар; по-друге, популярний автор, сам будучи брендом,

здатний підвищити інтерес до марки, яка просувається приховано; по-третє, відсутність стандартних мінусів, які притаманні прямій рекламі: не можна перемкнути, як рекламу на телебаченні, не можна перегорнути, як рекламу в пресі.

Особливістю цього виду розміщення є те, що товар стає елементом літературного середовища, природно «вплітаючись» в оповідання. Тому ставлення до цього джерела інформації дещо інше. Розміщуючи інформацію в книзі, у рекламодавця з'являється можливість дуже детально розповісти про особливості продукту, новинки асортименту, плани, без ліміту в часі, як на телебаченні. Читаючи книгу, людина створює в своїй уяві власний «рекламний ролик» товару, доступний саме для його розуміння і не дратівливий для нього.

В цілому літературний product placement – це технологія, яка проходить період становлення. У цього методу є майбутнє, хоча б тому, що існує своя цільова аудиторія. В більшості випадків рекламними носіями виступають серії «жіночих» романів. Торгова марка, продукт, що просувається на ринку вставляється або в назву самої книги, або просто в текст, а то і зовсім навколо неї вибудовується вся сюжетна лінія. Рекламованим товаром навіть можна назвати кого-небудь з учасників оповідання.

Вже сьогодні оборот цього ринку складає близько $3 млн. Що недивно, оскільки лише ціна включення бренду в назву книги вже обійдеться в суму від $20 до 80 тис. Розцінки на одноразове пригадування торгової марки в тексті коливаються від $2 до 10 тис. На проведення своєї «широкомасштабної» рекламної акції бренд може витратити порядку $50-100 тис. Вартість PP прямопропорційна «розкрученості» письменника. Найбільш дорога реклама в книгах Дарини Донцової, що виходять мільйонними тиражами, – близько $50 тис. за декілька згадок про торгову марку. Але є і результат. Її книга «Філе із Золотого півника» підняла продажі «Півників» на 15%, а фірма «Сибірський берег» після виходу «Принцеси на Кирієшках» взагалі отримала повноцінну рекламну кампанію своїх сухарів – і в сюжеті книги і в її назві згадується даний продукт[14].

Не обходиться і без казусів, особливо у випадках антиреклами, коли інформація про торгову марку, послугу, проникає в художній твір без відома її власників. «–Не подскажите, как пройти в Госстрах? – Как в Госстрах – не знаем. А Госужас – напротив.»[15, с.144].

«Знаете, что раньше в этом доме был Госстрах? Другой отвечает: «Раньше был Госстрах, а теперь – госужас.»[16, с.42].

Трапляються й непоодинокі випадки коли страхова компанія пригадується автором твору спонтанно. «При чем тут Госстрах» – удивился мент. Я подавила тяжелый вздох. Ну не рассказывать же парню про великого скрипача Давида Ойстраха! – Госстрах тут и впрямь ни при чем.»[17, с.22].

Не дивлячись на неоднозначну реакцію, як споживачів (читачів), так і зацікавлених осіб (замовників і власне письменників) на книжкову рекламу, вже можна говорити про літературний product placement як про явище, що відбулося, з непоганими комерційними перспективами, особливо якщо вдається дотриматись поміркованості в фінансових апетитах і зберегти пошану до своєї цільової аудиторії.

Одним з різновидів product placement є різні форми спонсорства – від простих, коли використовуються звичайні заставки або показ логотипу корпоративного/товарного бренду, до більш інтегрованих комунікацій – демонстрації продукту і його споживчих властивостей, усних оголошень ведучих, вручення подарунків і призів. Іноді в обмін на спонсорський внесок удається дуже вдало розмістити пряму рекламу, як приклад, при реконструкції пам'яток архітектури, спонсорство телевізійного показу фільму, спонсорство

прем'єрних показів в кінотеатрах та організованих перед показом фуршетів та презентацій, спонсорство промотурів акторів, які користувалися у фільмі продуктами.

Основною перевагою спонсорства від звичайної реклами є «залучення» бренду рекламодавця в сюжет програми, що допомагає створювати потрібний імідж торгової марки.

Достатньо яскравий приклад такого product placement на сьогоднішній день – реклама брендів банку «Уралсиб» і страхової групи «Уралсиб» в програмі «Квартирне питання» на НТВ. Мова йде про вбудовані спонсорської опції в сюжетний розвиток програми. Перш ніж розпочнеться ремонт, всі учасники програми отримували від Страхової групи «Уралсиб» страховий поліс, що гарантує грошове відшкодування у разі пошкодження майна як в під час ремонту, так і на період в один рік після закінчення ремонту[2]. Учасникам програми цей подарунок кожного разу припадав до душі, що і недивно – сума страхового покриття була достатньо великою. В результаті: підвищувалася впізнанність бренду страхової групи в цілому і здійснювалось просування страхового продукту «страхування нерухомого майна» серед середнього класу, який є цільовою аудиторією програми «Квартирне питання».

Реклама була, є і залишається одним з найефективніших способів просування страхових продуктів, однак поступово пряма реклама втрачає свої лідируючі позиції, стає менш ефективною. Інша справа – прихований вплив на споживачів, які навіть і не підозрюють, що ними маніпулюють. Продакт плейсмент в українській та російській мові не має аналогів, частіше за все термін вживають, коли мова йде про приховану рекламу. В більшості випадків продакт плейсмент – це лише частина великої маркетингової акції, спрямованої на позиціонування страхового продукту або торгової марки компанії в цілому.

Технологія product placement дозволяє вирішити цілу низку завдань: сформувати імідж торгової марки страхової компанії за допомогою використання методів проекції й асоціювання її з персонажем - споживачем страхових продуктів; збільшити лояльність страхувальника до торгової марки компанії, як наслідок формування партнерських стосунків завдяки позитивному ставленню до проекту і до персонажів, що користуються страховими продуктами; інформувати про особливості страхового продукту і можливості його використання; передати емоційну складову торгової марки страхової компанії.

Product placement вельми нове і в той же час ризикове явище, у зв'язку з чим викликає безліч запитань у рекламодавців. Недостатня кількість кваліфікованих фахівців в даній галузі, недоліки законодавчої бази, відсутність вітчизняної індустрії кіновиробництва та чіткої схеми ціноутворення ще більше віддаляє українських страховиків від використання такої стратегії. Для докорінної зміни ситуації, що склалася, необхідно проінформувати потенційних рекламодавців (страхові компанії) про усі переваги продакт плейсмент та перспективи його розвитку. Це може бути зроблено як через публікації, так і шляхом проведення відповідних заходів – семінарів, презентацій із запрошенням зарубіжних фахівців – що на наш погляд найефективніше.

Якщо розглядати український і російський ринок product placement, то на даному етапі набагато вигідніше розміщувати продукт безпосередньо в кінокартині, ніж проводити відкриту рекламу.

До недоліків product placement слід віднести: результати від використання такої технології не можуть бути миттєвими; при позиціонуванні продукту за допомогою product placement необхідно дотримуватись рівня креативу; режисерам слід доводити, що той чи інший продукт в кадрі, – просто частина творчого задуму, а не прихована реклама.

При всій відмінності початкових умов і у телевізійного, і у художнього product placement є один загальний ризик. Цільова аудиторія може виявитися «розмитою». Якщо ці-

льова аудиторія у серіалу – люди з невисоким рівнем доходу, то страхова реклама може не дійти до споживача. Звичайно, навіть в цьому випадку зусилля страхової компанії-рекламодавця, що розмістила product placement в серіалі, не пропаде дарма: її звернення може зіграти просвітницьку роль, підвищити впізнанність, якщо не бренду страховика, то конкретного страхового продукту. Проте в більшості випадків компанії вважають за краще платити за поліпшення власного іміджу і збільшення своєї клієнтської бази, а не за підвищення освітнього рівня аудиторії в цілому.

Ще одним недоліком телевізійного і художнього product placement є достатньо складне «впровадження» в серіали або в широкоформатні фільми рекламу страхових послуг. Оскільки страхова реклама вимагає розширеного інформаційного супроводу. Недостатньо показати поліс, необхідно ще детально розповісти про сам страховий продукт, що в рамках серіалу зробити іноді практично неможливо. З цієї точки зору для страховиків дуже ефективним є інший вид product placement – розміщення контекстної реклами в тематичних телепередачах. У таких передач певна аудиторія, product placement може виявитися більш ефективнішим, ніж у випадках, коли герої серіалу зображені на фоні офісу страховика.

У даній статті зібрана інформація, яка розкриває особливості використання product placement в маркетингових комунікаціях страховиків, містяться приклади практичного використання. Вона дозволила сформувати уявлення про стратегію продакт плейсменту, про його позитивні і негативні риси, дати привід для роздуму щодо реформування вітчизняного законодавства у сфері маркетингу і відродження національного кінематографа.

Сучасний зарубіжний кінематограф пішов далеко уперед у сфері використання product placement. І російським, і українським режисерам фільмів потрібно багато чому повчитися у колег із західної Європи і Америки, адже в нашій країні product placement за рівнем своєї нав'язливості поки мало чим відрізняється від звичайних рекламних роликів.

Активний розвиток страхового ринку і його «входження» на ринок product placement може розпочатися значно раніше, ніж страхові послуги стануть простими і зрозумілими для більшості громадян. Каталізатором при цьому може стати присутність на ринку не демпінгу, а здорової конкуренції, за якої страховикам не захочеться поступатися суперникам в боротьбі за серця і розум потенційних клієнтів. Product placement при просуванні страхових продуктів може стати дуже перспективним напрямом. Проте для цього необхідно, щоб розповсюдження страхових послуг вийшло на новий рівень, стало необхідною і очевидною складовою способу життя пересічного українця.

За кордоном це вже давно і успішно робиться, до того ж мова йде не стільки про рекламу продуктів, скільки про іміджеву рекламу. Коли герой історичного фільму заходить у відділення страхової компанії, і глядач розуміє – цей страховик працює і сьогодні, то формується дуже могутнє позитивне «звернення». На жаль, поки що українські страхові компанії занадто молоді для цього. Але ж це питання часу, так само як питання часу і поява масового product placement при просуванні страхових продуктів.

Література

1. История возникновения placement [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://stud.ibi.spb.ru/144/kraseli/html/history.html
2. Скогорева А. Product Placement отбивает у «прямой рекламы» место под солнцем [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.product-placement.ru/lib/prod-place/detail.php?ID=1432

3. Соромотина Е.В. Product Placement в зарубежном кинематографе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_2/sorom_meth.htm
4. Преимущества product placement [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marketing.vuzlib.net/book_o011_page_8.html
5. Product Placement в фильме «Подарок одинокой женщине» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.productplacement.nm.ru/Russia/russia-riga.htm
6. Product Placement в Ташкенте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pr.uz/glas-naroda/5606
7. Паблик рилейшенз. Теория и практика: уч. пособие / Скотт М. Катлип, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум. - 8-е изд. - М. : Вильямс, 2000.
8. Шерстобитова Д. Без предупреждения: Любовь и ненависть к product placement [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.m-20.ru/review.php?gr=6&id=676
9. Пашутин С.Б. Использование product placement в маркетинговых коммуникациях/ С.Б.Пашутин// Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – №5. – С.98-113.
10. Ческис М. За красивые глаза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.versiasovsek.ru/material.php?6096
11. Виноградова Е., Сагдиев Р., Романова Т. Брэнды в нагрузку [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://katerok.com/ccg/ccg481/Comments.php?NewsID=83
12. Пушкин А.С. Собрание сочинений. Письма 1831-1837 гг. – М..: Гос. изд. худож. лит., 1962, т. 10.
13. Никулин Ю. Почти серьезно… – М.: ТЕРРА, 1994.
14. Кормушкин А. В чем состоит специфика скрытой рекламы в российских кинофильмах и книгах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pricereview.ru/archive/20080818/963
15. Баскаков А. Черная Шамбала. – Спб.: Издат. дом «Нева», 2005.
16. Ряжский Г. Дом образцового содержания. – М.: Olma media Group, 2004.
17. Донцова Д. Прогноз гадостей на завтра. – М: EKSMO, 2002.
18. Ромат Е.В. Реклама в системе маркетинга. – К.: Студцентр, 2008. – 608 с.

Уманцев Ю.*

ФУНКЦІОНУВАННЯ КОРПОРАЦІЙ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ МОНОПОЛІЗАЦІЙНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Зроблено спробу проаналізувати особливості функціонування корпорацій в умовах глобалізації світової економіки. Узагальнено теоретичні підходи до аналізу чинників, які впливають на зміну ролі корпорацій у сучасних умовах.

Ключові слова: корпорація, транснаціоналізація, ТНК, конкуренція.

Підвищення ролі корпоративної ланки в економіці та забезпеченні економічного зростання стало визначальним чинником високого рівня конкурентоспроможності розвинених країн. Процеси формування корпорацій є відображенням закономірностей розвитку світової економіки. До них можна віднести концентрацію і централізацію капіталу, інтеграцію промислового і банківського капіталу, диверсифікацію форм і напрямів діяльності, глобалізацію діяльності тощо [1].

А.Гальчинський робить висновок про те, що сучасна зріла корпорація значною мірою перетворюється не лише на просто економічний, але й на політичний та гуманітарний осередок суспільства. Саме тому змінюються і підходи до оцінювання ефективності роботи корпорації, відповідно до якого економічна ефективність розширюється за рахунок включення показників соціальної, економічної, політичної, гуманітарної та моральної ефективності [2].

При аналізі особливостей функціонування корпоративного сектору економіки слід брати до уваги суперечності, що притаманні корпоративній формі ведення бізнесу, зокрема:

- між інтересами підприємств та інвесторів. Максимізація підприємницького прибутку досягається через зростання ризику реалізованих інноваційних процесів, що вступає в суперечність з інтересами інвесторів, зацікавлених не тільки у максимізації доходу від власності, але й у збереженні вкладеного капіталу;
- між інтересами акціонерів та корпорацій. Цільова функція акціонерів – підвищення поточних доходів та капіталізації може вступати у суперечність з цільовою функцією корпорації – підвищення конкурентоспроможності через формування потенціалу майбутнього розвитку (реалізації довгострокових та капіталомістких стратегій);
- між інтересами контролюючих груп та міноритарних акціонерів. При розпорошеному характері володіння акціями виникає розподіл акціонерів на дві групи: особи, що контролюють ухвалення рішень про істотні події у житті корпорації (зростання статутного капіталу, великі угоди, реорганізація тощо) та власники невеликих пакетів акцій, основними правами котрих є права на дивіденди та на продаж акцій. Інтереси контролерів у збільшенні масштабів власного впливу можуть бути задоволені не тільки за рахунок підвищення вартості компанії, але й через зміни конфігурації прав власності, у тому числі й шляхом зменшення вартості пакетів акцій, що належать решті акціонерів;

* кандидат економічних наук доцент кафедри економічної теорії та конкурентної політики Київського національного торговельно-економічного університету

© Уманцев Ю., 2012

• між інтересами акціонерів та керівників. Відокремлення власності від управління породжує проблему «принципал-агент». Особи, що здійснюють безпосереднє управління розвитком бізнесу, розглядають корпорацію як поле для демонстрації особистих успіхів. Ця мета стимулює керівництво розширити межі бізнесу (збільшувати обсяг особистої влади), подекуди на збиток інтересам акціонерів;

• між інтересами корпорації та керівництвом підрозділів. Зростання масштабів та диверсифікація бізнесу породжує новий пласт суперечностей. Проблема «принципах-агентах» переходить на наступний рівень і вже менеджери дивізіонів ставлять перед собою завдання щодо зростання підконтрольних підрозділів [3].

Українські дослідники В.Мокряк та Е.Мокряк звертають увагу на відсутність органічного та вирішального зв'язку між правами особистої приватної власності та господарською владою, що обумовлено повною невідповідністю між «першовласиками» тих ресурсів, котрі залучені до виробничого обороту, та «першовласниками» капіталу (особами, котрі відіграють провідну роль у системі контролю). Так, зокрема, йдеться про акціонерні компанії з розпорошеною структурою капіталу, де існує велике число дрібних акціонерів, а «першорозпорядниками» є вищий менеджмент корпорацій.

У російській науковій літературі вказується на те, ще у Росії власники привласнюють не підприємницький прибуток, а короткострокову інсайдерську ренту, тобто дохід, отриманий на основі контролю над фінансовими потоками підприємств. Конкретні механізми виведення ренти найчастіше пов'язані з використанням фіктивних фірм, що зареєстровані в офшорних юрисдикціях. Такий характер поведінки бізнесу у Росії є характерним якраз для країн світової периферії. Саме властивості інсайдерської ренти обумовлюють характер основних мікро- і макроекономічних процесів у цій країні [4].

Вчені зазначають, що зараз з одного боку має місце демократизація «першовласників» ресурсів, котрі формують капітал, а з іншого – відбувається збереження та навіть підвищення рівня концентрації пакетів акцій під контролем невеликих груп акціонерів. У той же час спостерігається зосередження господарської влади у незначного числа національної та глобальної еліти. Однак часто найбільшу економічну владу (корпоративний контроль) зосереджують якраз не великі приватні власники особистого майна, а розпорядники руху чужих коштів, залучених до глобального фінансового капіталу [5].

Аналіз розвитку транснаціоналізації демонструє, що завдяки подоланню обмежень, які існують у середині національних господарств, створюється підґрунтя для акумуляції додаткових джерел фінансового капіталу, потенціалу інновацій, використання новітніх технологій управління тощо. Застосовуючи нові можливості, ТНК орієнтуються на створення інтегрованого міжнародного виробництва, у межах якого формується специфічна система поділу праці всередині компаній, коли відповідні ланки мережі ТНК зі створення вартості розташовуються там, де вони спроможні приносити найбільший обсяг прибутку. Завдяки розвитку внутрішньо-корпоративного поділу праці формується, окрім іншого, і технологічна залежність окремих ланок корпорації. При цьому національні філії можуть узагалі припинити виробництво кінцевої продукції, перетворюючись на периферійні ланки, що підпорядковані глобальній стратегії певної ТНК.

Вчені намагаються з'ясувати, які саме чинними впливають на прискорення процесів траснаціоналізіції. У цьому зв'язку виокремлюються такі фундаментальні чинники, як:

а) значне прискорення темпів розвитку світової торгівлі та інвестицій під впливом лібералізації руху товарів, послуг і капіталів;

б) поява нових можливостей для ефективного управління якраз у глобальних масштабах, що пов'язано з використанням новітніх інформаційних технологій, що стрімко поширюються;

в) зміни акцентів у промисловій політиці, що спрямовується на створення розвиненого інституційного середовища, сучасної інфраструктури та дерегуляції галузевих ринків;

г) зростання інтенсивності різноманітних процесів у світовому просторі, що обумовлює пошук шляхів посилення конкурентних позицій через міжнародні злиття і поглинання, перехід до корпоративних стратегій розвитку, орієнтованих на глобальний ринок [1].

Дослідники звертають увагу на посилення транснаціональних корпоративних зв'язків як чинника формування нового вектору реалізації економічної влади у світовій економіці. При цьому йдеться не про окремі корпорації, а про співтовариство ТНК. Таке трактування транснаціональних корпоративних мереж ґрунтується на передумові про те, що корпорації є не стільки учасниками «глобальної боротьби всіх проти всіх», скільки членами інтегрованої мережі, що заснована на перехресному володінні акціями, довгострокових контрактах, альянсах та особистих контактах [6].

Загалом транснаціональний сектор є визначальним елементом сучасного етапу розвитку світової економіки, який досяг величезного впливу. Фінансово-інвестиційні ресурси світових ТНК перевищують обсяги ВВП більшості країн. При цьому йдеться не тільки про збільшення масштабів операцій ТНК різних країн базування, але більшою мірою – про розширення й поглиблення впливу їх діяльності на економічний, політичний, соціальний аспекти життя країн, що приймають. Одночасно транснаціональні корпорації все далі відриваються від країни базування у своїй діяльності, в них все менше залишається «національного» і все більше – «глобального». У таблиці наведено дані про масштаби розвитку ТНК світу. Слід зазначити, що обсяг продажів іноземних філій ТНК склав у 2010 році 32960 млрд. доларів США, а вартість їхніх сукупних активів сягнула у цьому ж році 56998 млрд. доларів США.

Процеси інтенсивної концентрації капіталу у XX ст. привели до створення величезних корпорацій, що стали основним чинником розвитку світової економіки. Це свідчить про принципову зміну соціально-економічних підвалин світоустрою, оскільки світова економіка переходить від конкурентного ринку до олігопольного, де економічні відносини встановлюються на основі монополізації і розподілу ринків між потужними ТНК та національними корпораціями за неформальної участі держави у цих процесах. При цьому відбувається:

а) формування та розвиток великих міжнародних економічних структур, що отримують економічну владу;

б) опосередкований вплив корпорацій на соціально-економічний розвиток;

в) отримання поки неявної, однак достатньо сильної політичної влади над національною економікою та світовим співтовариством у цілому, котра знаходить відображення у системі політичного та економічного управління на національному та міжнародному рівнях. (табл. 1)

Таким чином можна стверджувати, що корпоративні структури володіють широкими можливостями щодо залучення фінансових ресурсів, реалізації інноваційних проектів тощо. Процеси реструктуризації та реорганізації підприємств охоплюють широкий ареал інституційних трансформацій корпоративного сектора сучасної економіки. Однак в Україні вони поки що не стабілізувалися. Значною мірою це було пов'язано з інституційними обмеженнями для формування корпоративних структур у країні і перш за все з недосконалістю законодавчого регулювання. З огляду на це важливим аспектом подальших наукових досліджень є глибокий, всебічний та комплексний аналіз ролі та впливу корпоративних структур на національну економіку.

Таблиця 1.
Показники діяльності ТНК світу у 2001-2010 рр.

Показники діяльності	Вартісний обсяг у поточних цінах (млрд. дол. США)				Середньорічні темпи приросту, %		
	2005-2007 (середнє значення)	2008	2009	2010	2001-2005	2009	2010
Обсяг продажів іноземних філій	21293	33300	30213	32960	14,9	-9,3	9,1
Експорт іноземних філій	5003	6599	5262	6239	14,7	-20,3	18,6
Експорт товарів і нефакторних послуг	15008	19794	15783	18713	14,7	-20,3	18,6
Валовий продукт іноземних філій	3570	6216	6129	6636	10,9	-1,4	8,3
Світовий ВВП (у поточних цінах)	50338	61147	57920	62909	9,9	-5,3	8,6
Сукупні активи іноземних філій	43324	64423	53601	56998	15,5	-16,8	6,3
Валове утворення постійного капіталу	11208	13999	12735	13940	10,7	-9	9,5
Чисельність працівників іноземних філій, тис. чол.	55001	64484	66688	68218	4,1	3,4	2,3

Джерело: UNCTAD. World Investment Report 2011: Non-Equity Models of International Production and Development. – New York and Geneva: United Nation, 2011. – P. 24

У російських виданнях звертають увагу на те, що корпорації пострадянських країн є свого роду унікальним феноменом, що разюче відрізняється від великого бізнесу розвинених країн. У цих країнах такі структури сформувалися не у результаті поступового нагромадження капіталу, а шляхом захоплення та концентрації перш за все державної власності. Важливою інституційною характеристикою таких корпорацій є відсутність у більшості з них класичного розподілу прав власності та функцій управління [7].

В останні роки увага дослідників фокусується на новітніх проявах процесів централізації та концентрації й при цьому робиться висновок про «фактичний занепад вертикальних ієрархічних ТНК та утвердження так званих горизонтальних транснаціональних корпорацій». За умов стрімкого зростання інформаційних потоків класична централізована корпорація втрачає свою здатність адекватним чином акумулювати та обробляти необхідні інформаційні ресурси. Саме за цих умов набирає обертів тенденція делегування економічних повноважень малим і середнім підприємствам. На цьому ґрунті постають функціонально оновлені горизонтальні корпорації, які поєднують у собі засади централізації та децентралізації, і побудовані на принципах функціонування мережевих систем. Вчені доходять до висновку про те, що якраз ТНК з горизонтальним мережевим типом організації та управління перетворюються на головних суб'єктів синергетичної моделі глобальної економіки. Це означає, що сучасна корпорація перетворюється в інформаційну мережу – своєрідну «електронну нервову систему», утвердження якої є виявом оновлення основних засад глобальної економіки [2].

Російський економіст Б. Мільнер вказує на те, що великим корпораціям (у тому числі й транснаціональним) часто доводиться створювати консорціуми та альянси з метою освоєння нових технологій та розширення присутності на конкурентних ринках. За цих умов зростання бізнесу може відбуватися за рахунок формування партнерств, що стає чинником виживання у конкурентній боротьбі [8].

Слід погодитися з російським дослідником В.Зуєвим, який зазначає, що сучасні компанії є «позанаціональними» у своїх стратегічних рішеннях про розміщення виробництва, переміщення капіталу, зберігання заощаджень, використання прибутку тощо. У глобальній стратегії вони враховують національні інтереси країни базування. Однак безумовним пріоритетом для них є збереження та примноження капіталу. Відстеження динаміки ви-

везення капіталу за порядок дає змогу зробити висновок про чітку кореляцію цього показника з економічною та політичною стабільністю у країні [9].

Українська дослідниця Н. Гражевська зазначає, що формування в Україні кількох потужних фінансово-промислових груп можна вважати адекватною формою реалізації трансформації української економіки. Слід погодитися з думкою про те, що у сьогоднішніх умовах найбільш вигідною формою максимізації прибутків вітчизняних ФПГ є привласнення ренти шляхом встановлення контролю над товарними та фінансовими потоками за допомогою трьох способів. Однак аналіз засвідчує, що національний капітал є ще недостатньо потужним для того, щоб сформувати українські транснаціональні корпорації на базі національного господарського комплексу [10]. Водночас висловлюється думка про те, що окремі українські ФПГ наблизилися до статусу ТНК (йдеться перш за все про «СКМ») [11].

При цьому можна виділити такі особливості транснаціоналізації економіки України:

а) виникнення та зростання великого національного капіталу пов'язане з галузями, технічний стан яких є доволі відсталим. Саме у чорній металургії сформовано найбільші ФПГ України, три з яких – «СКМ», «Арселор Міттал» та «ІСД» набувають транснаціональних ознак;

б) розвиток потужних українських корпорацій суттєвим чином визначається політичними чинниками;

в) інтеграція провідних національних виробників у технологічні ланцюги ТНК відбувається на фоні домінування іноземного капіталу, котрий сприяє формуванню моделі залежного розвитку. Прикладом є продаж «Криворіжсталі», що призвів до стратегічних втрат унаслідок посилення іноземної ТНК;

г) перебування України у протифазі еволюційної динаміки, що означає просування у напрямі, потенціал якого вже вичерпаний розвиненими країнами, котрі застосовують переваги кооперативних зв'язків з партнерами;

д) деформація процесу легального формування ТНК в Україні, що обумовлено домінуванням тіньових форм вивезення капіталу із застосуванням офшорних юрисдикцій [10].

На думку В. Гейця, у країнах, де широко представлений транснаціоналізований бізнес, генерується відчутна суперечність та конфлікт між державою та корпораціями. Така ситуація відповідає дії концептуальних проявів конфлікту між державою і бізнесом, що виражається у порушенні рівноваги між ними. Беручи до уваги той факт, що транснаціоналізація української економіки ще не досягла значних масштабів, такий вид конфлікту ще не є домінуючим, а тому можна стверджувати про ефекти взаємодії держави з тією частиною економіки, що представлена транснаціональними структурами [12].

Важливою тенденцією також є перехід найпотужніших міжнародних компаній до реалізації стратегій глобальної експансії поглиблення та ускладнення взаємовідносин між ними. У межах такої групи корпорацій формується єдиний розгалужений виробничий комплекс, який вимагає жорсткої координації дій, раціоналізації розподілу ресурсів між окремими ланками виробництва, реалізації узгодженої інвестиційної політики тощо. За таких умов досягається керованість та підконтрольність ринкових процесів, а також відбувається формування глобальними кор¬пораціями основних параметрів світового ринку. Диверсифікація форм і методів конкуренції на ринку формує нові умови діяльності, за яких утримання ТНК конкурентних позицій є можливим на основі максимальної мобілізації внутрішнього потенціалу розвитку [13].

При цьому модифікується також і роль держави у регулюванні економічних процесів. З огляду на це слід запровадити механізми координації міжнародної економічної політики, що дасть змогу збалансувати систему міжнародних економічних відносин таким

чином, щоб сприяти підвищенню її антикризового потенціалу та протистояти майбутнім глобальним викликам [14].

Слід звернути увагу на те, що у США, наприклад, державна допомога була виділена таким корпораціям, як General Motors та Chrysler. Банкрутство першої з них призвело б до закриття сімдесяти заводів та втрати робочих місць 20 тис. працівників. Допомога з боку Федерального уряду США склала близько 50 млрд. дол. Натомість під його контроль перейшло більше, ніж 60% її акцій. Загалом тільки на підтримку автомобільної промисловості американським урядом було виділено 100 млрд. дол. [15]. З огляду на це заслуговує на увагу теза О. Шнипка про те, що держава покликана «…сприяти передусім формуванню великих компаній та промислово-фінансових груп, які створюватимуть конкурентоспроможні товари і послуги, забезпечуватимуть раціональне співвідношення спеціалізації та універсалізації вітчизняного виробництва, необхідне для успішної конкуренції на світовому ринку» [1]. Тому цілком очевидно, що важливим аспектом подальших наукових досліджень є глибокий та всебічний аналіз впливу корпорацій на вектор розвитку національної економіки України.

Література

1. Шнипко О.С. Конкурентоспроможність України в умовах глобалізації / Ін-т екон. та прогнозув. НАН України.– К., 2009.
2. Гальчинський А.С. Економічна методологія. Логіка оновлення.– К.: «АДЕФ-Україна», 2010.
3. Устюжанина Е.В., Петров А.Г. Кризис корпоративной формы собственности и особенности его протекания в России // Экономика и математичиские методы. - 2011. - том 47. - №1. - С. 84
4. Дзарасов Р.С Кризис капитализма и общественный строй новой России // Политические исследования. – 2011. – №4. – С. 53
5. Мокряк В., Мокряк Е. Взаємозв'язки відносин власності та господарської влади в умовах організаційного підприємництва // Економіка України. – 2011. – №2. – С.42-43
6. Либман А.М., Хейфец Б.А. Экспансия российского капитала в страны СНГ. – М.: Экономика, 2006. – С. 25
7. Дзарасов Р. С., Новоженов Д. В. Крупный бизнес и накопление капитала в современной России. – М.: Едиториал УРСС, 2009. – С. 187-189
8. Мильнер Б. Инновационное развитие и сетевое управление // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – №9. – С. 27
9. Зуев В. Наднациональный механизм в теории интеграции // Мировая экономика и международные отношения. – 2011. – №4. – С. 32
10. Гражевська Н. І.Еволюція сучасних економічних систем. – К.: Знання, 2011. – С. 223
11. Маруняк Є. Регіональні особливості глобалізацій них процесів // Вісник Національної академії наук України. – 2011. – №8. – С. 27
12. Геєць В.М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку / Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. – К., 2009. – С. 203-204
13. Стукало Я.М. Глобальні асиметрії економічного розвитку. – К.: КНЕУ, 2009. – С. 126-127
14. Кузнецов О.В. Англосаксонська модель глобального капіталізму. – К.: Освіта України. – 2010. – С. 221-222
15. Закирова Л. И. Политические аспекты финансово-экономического состояния США // Политические исследования. – 2011 – №4. – С. 71

Циганов С.А., [*] ***Циганова Н.В.*** [**]

ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ

У статті проаналізовано проблеми та перспективи залучення іноземних інвестицій в економіку та їх вплив на формування конкурентного бізнес-середовища в Україні. На базі проведеного аналізу окреслені шляхи покращання інвестиційного клімату в Україні та можливості її інтеграції у світовий економічний простір.

Ключові слова: іноземні інвестиції, інвестиційний клімат, бізнес- середовище в Україні.

In the article problems and prospects of foreign investment attraction are analyzed. The impact of foreign investments on the competitive business environment creation in Ukraine is examined. The ways of investment climate improvement in Ukraine and prospects of the integration of Ukraine into the world economy are substantiated.

Key worlds: foreign investments, investment climate, business environment in Ukraine.

Постановка проблеми. Проблематика іноземного інвестування та поліпшення інвестиційного клімату країни, на сьогоднішній день, належить до найбільш актуальних питань, які дискутуються у економічній теорії та потребують свого вирішення на практиці. Необхідність подальшого теоретичного дослідження зумовлена останніми тенденціями інтернаціоналізації господарських зв'язків, її переходом у нову стадію свого розвитку – глобалізацію, для якої характерні свої особливості. Сьогодні не внутрішнє життя тієї чи іншої країни, а його гармонійний зв'язок зі світогосподарськими процесами визначає піднесення або спад економіки.

Для України, яка знаходиться на шляху формування ринкових відносин, питання зарубіжного інвестування належать до найбільш значних. Адже питання щодо сприяння залученню іноземних інвестицій постає, в основному, за умови недостатньої кількості внутрішніх ресурсів для модернізації економіки.

Ступінь розробленості проблеми та її невирішені частини. Питання розвитку та регулювання іноземного інвестування постійно знаходиться в полі зору дослідників. У світовій економічній літературі найбільш суттєвий внесок в їх розробку зробили Є.Брігхен, Л.Вальрас, Р.Вернон, К.Макконел, В.Енг.Максимо, А.Тобін, С.Хаймер, У.Шарп та інші.

Необхідно відзначити значний внесок багатьох авторитетних вітчизняних та російських вчених у розробку фундаментальних питань залучення іноземних інвестицій в еко-

[*] доктор економічних наук, професор кафедри міжнародних фінансів Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

[**] кандидат економічних наук, доцент кафедри банківської справи Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

© Циганов С.А., Циганова Н.В., 2012

номіку країни та їх вплив на формування сприятливого інвестиційного клімату та конкурентного бізнес-середовища, зокрема: Ю.Аджубея, М.Алєксєєва, Б.Альохіна, О.Барановського, І.Бланка, І.Бураковського, А.Гальчинського, В.Гейця, О.Дзюблюка, М.Крупки, Д.Лук'яненка, Б.Луціва, А.Мертенса, Я.Міркіна, В.Міщенка, О.Мозгового, Ю.Пахомова, В. Сизоненка, О.Ступницького, А.Філіпенка та інших.

Критичний огляд наукових робіт з проблеми дослідження показав недостатню розробленість низки методологічних і теоретичних питань. В сучасних дослідженнях практично немає наукових розробок щодо впливу іноземних інвестицій на формування сприятливого інвестиційного клімату з методологічних позицій системно-функціонального аналізу та теоретичної оцінки їх результатів для країн із трансформаційною економікою і світового господарства у цілому.

Мета статті – дослідити роль іноземних інвестицій у формуванні сприятливого інвестиційного клімату та конкурентного бізнес-середовища в Україні в умовах суперечливої взаємодії міжнародного усуспільнення і відносної відособленості національних економік та посилення впливу цих процесів на розвиток міжнародної фінансової інтеграції.

Викладення основного матеріалу. Трансформаційні процеси, що відбуваються в економіці України, дедалі більшою мірою включають її до загальносвітових процесів глобалізації фінансових потоків. Але на жаль, поки що це включення має скоріш негативні наслідки. Досвід останніх років засвідчив низький рівень контрольованості фінансових потоків та диспропорцію в їхній структурі. Іноземні інвестиції, залучені в Україну, не здійснили очікуваного позитивного впливу на економіку.

Україна є країною із значним потенціалом для інвестиційної діяльності завдяки багатим природним ресурсам, значному людському потенціалу, розвиненій інфраструктурі, потенційній ємності внутрішнього ринку. Проте дуже низькі реальні обсяги як вітчизняних, так і іноземних інвестицій свідчать про вкрай недостатнє використання інвестиційного потенціалу України.

Вищезазначене свідчить про необхідність суттєвого вдосконалення державної політики щодо створення сприятливих умов для ведення бізнесу на території України та залучення до української економіки іноземних інвесторів. Базовою причиною низького рівня іноземних інвестицій в Україну є невідповідність між рівнем інвестиційних ризиків і рівнем прибутковості інвестицій. Високий ризик вимагає високої прибутковості, між тим, легальна прибуткова діяльність в реальному секторі економіки є проблемною.

Відтак, інтереси вітчизняних товаровиробників та зарубіжних інвесторів, які вкладають кошти в розвиток реального сектора економіки відповідно до структурних пріоритетів України, не лише не можуть бути протиставлені, але є й взаємодоповнюючими. Підприємство з іноземними інвестиціями, яке здійснює виробничу діяльність на території України, є де-факто вітчизняним товаровиробником і зацікавлене у високій місткості ринку, невисоких темпах інфляції, доступності кредитних ресурсів, динамічній, прозорій та передбачуваній економіці. Якнайшвидше відновлення ефективної діяльності українського промислового капіталу та поєднання його з торговельним капіталом, створення середовища економічного пожвавлення одночасно створюють сприятливі умови для розгортання іноземних інвестицій .

Іноземні інвестиції є однією з поширених форм міжнародного руху капіталів. У зв'язку з тим, що головною економічною передумовою цього руху є різниця в нормі прибутку, яка може бути одержана в різних країнах світу, цей процес набув значного поширення і властивий насамперед економічним взаємовідносинам розвинених країн світу.

Ввезення капіталу у формі прямих та портфельних інвестицій розглядається цими країнами перш за все як засіб поліпшення стану платіжного балансу, а також є природним регулятором середнього рівня норми прибутку в країні.

На імпорт капіталу до країн, що розвиваються, та до країн з перехідною економікою значний вплив здійснюють структурні чинники, які характеризують наявність умов для досягнення належної прибутковості активів. Такі умови зазвичай характеризуються терміном «інвестиційний клімат».

У загальному визначені під інвестиційним кліматом прийнято розуміти сукупність об'єктивних та суб'єктивних умов, які впливають на процес інвестування народного господарства та окремих підприємств, компаній, галузей [8, с.17]. Слід особливо наголосити, що в даному визначенні не проводиться поділу між вітчизняними та іноземними інвестиціями. Це дає змогу розглядати насамперед базові чинники, які впливають на підприємницьку та економічну активність в країні.

Конкуренція за залучення прямих іноземних інвестицій на міжнародних ринках капіталів вимагає від національних урядів запровадження спеціальних сприятливих умов для діяльності іноземних інвесторів. Зокрема, особливий режим стосовно іноземних інвестицій запровадили 143 країни світу. Більшість країн, ринки яких формуються для заохочення надходжень прямих інвестицій широко використовують приватизацію державних підприємств [4; 12].

Водночас, проникнення до національної економіки іноземного капіталу може спричинити неоднозначні наслідки, створюючи низку загроз національній економічній безпеці країни-реципієнта. Слід особливо наголосити на тому, що в переважній більшості випадків ці загрози не є умисними, а витікають з реалізації основної цільової функції іноземної інвестиції – забезпечення максимальної прибутковості використання активів.

Як засвідчив досвід кінця XX століття, потоки портфельних інвестицій можуть стати надпотужним чинником економічної дестабілізації на регіональному або глобальному рівні, джерелом швидкого погіршення становища платіжних балансів країн та їхніх національних валют. Постійне збільшення швидкості фінансових потоків внаслідок розвитку систем електронних трансакцій, наявність у розвинених країнах світу значного «навісу» фіктивного капіталу у вигляді цінних паперів, які не мають реального забезпечення, уможливлюють значні «припливи» та «відпливи» спекулятивних капіталів та дають підстави й надалі очікувати посилення загроз економічній безпеці держави внаслідок дії цього чинника [12, с. 66].

Проте значні загрози можуть виходити також і від прямих іноземних інвестицій. Насамперед, вони можуть вести до посилення залежності економіки від іноземного капіталу. Передусім це стосується інвестицій у підприємства, які здійснюють переважно експортне виробництво в рамках схем виробничої кооперації ТНК. Погіршення світової економічної кон'юнктури вестиме до згортання цих виробництв незалежно від економічного становища всередині країни. Небезпечними у цьому сенсі є також виробництва, які повністю забезпечуються імпортними комплектуючими і не мають ні власних технологій, ні можливості диверсифікувати джерела постачання [6, с. 40].

Загальний обсяг прямих іноземних інвестицій (ПІІ) в Україну на 01.07.2011 р. становив 47205,7 млн. дол. США. Інвестиції надійшли зі 125 країн світу. Традиційно найбільшими інвесторами залишаються Кіпр, Німеччина, Нідерланди, Російська Федерація, Австрія, Франція, Велика Британія (див. табл.1 [5]). Водночас, обсяг прямих іноземних інвестицій на одного мешканця України за період з 2001 р. зріс майже у дев'ять разів, а саме з 94 дол. США у 2001 р. до 870 дол. США у 2010 р.

Таблиця 1.
Прямі іноземні інвестиції в Україну за видами економічної діяльності у 2007 – 2010 рр.

	2007		2008		2009		2010	
	Млн. дол.	%	Млн. дол.	%	Млн. дол.	%	Млн. дол.	%
Усього	**29542,7**	**100**	**35616,4**	**100**	**40053**	**100**	**44708**	**100**
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	557,3	1,9	813,3	2,3	793	2	833,7	1,9
Промисловість:	12421,2	42,1	12469,7	35	13276,4	33,1	14042,6	31,4
добувна	1053,6	3,6	1071,2	3	1050,1	2,6	1207,7	2,7
переробна	11085,4	37,5	11128,1	31,2	11916,5	29,7	12488,1	27,9
у тому числі:								
виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	1561,2	5,3	1685,8	4,7	1828,4	4,6	1858,7	4,2
легка промисловість	144,1	0,5	141,5	0,4	140,9	0,4	139,3	0,3
оброблення деревини та виробництво виробів з деревини, крім меблів	241,6	0,8	257,2	0,7	270,1	0,7	281,3	0,6
целюлозно-паперове виробництво, видавнича справа	187,7	0,6	199	0,6	245,4	0,6	241,1	0,5
виробництво коксу, продуктів нафтопереробки	319,6	1,1	330,2	0,9	449,1	1,1	452,9	1
хімічна та нафтохімічна промисловість	876,7	3	985,8	2,8	1224,3	3	1339,6	3
виробництво ін. неметалевої мінеральної продукції	704,2	2,4	689,2	2	795,4	4	806,8	1,8
металургійне виробництво та виробництво металевих виробів	5774,6	19,6	5534,4	15,5	5557,1	13,9	5940,4	13,3
машинобудування	1071,7	3,6	1075,5	3	1145	2,8	1171,4	2,6
Інші галузі промисловості	204	1,3	229,4	0,6	260,8	0,6	256,6	0,6
Виробництво та розподіл електроенергії, газу та води	282,8	1	270,4	0,8	309,8	0,8	346,8	0,8
Будівництво	1631,8	5,5	1936,6	5,3	2206	5,5	2339,2	5,2
Торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	3072,1	10,4	3708,5	10,4	4316,6	10,8	4764,5	10,7
Діяльність готелів та ресторанів	428,8	1,5	413,5	1,2	444,8	1,1	458,3	1
Діяльність транспорту та зв'язку	1430,9	4,8	1567,6	4,4	1626,5	4,1	1711,2	3,8
Фінансова діяльність	6835,9	23,1	10496,1	29,5	12431	31	15059,5	33,7
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	2669,3	9	3613,8	10,2	4268,5	10,7	4754,1	10,6
Надання комунальних послуг, діяльність у сфері культури та спорту	285,8	1	454,3	1,3	549	1,4	583,5	1,3
Інші види послуг (економічної діяльності)	208,7	0,7	137,4	0,4	135,6	0,3	148,5	0,4

Майже 20% внесеного з початку інвестування іноземного капіталу зосереджено на підприємствах торгівлі, готельному та ресторанному бізнесі – 5222,8 млн. дол. США (11,7%) і харчової промисловості та перероблення сільськогосподарських продуктів – 2692,4 млн. дол. США (6,1%). Також значні обсяги інвестицій внесено нерезидентами в організації, що здійснюють операції з нерухомістю, здавання в оренду та послуги юридичним особам – 4754,1 млн. дол. США (10,6%), фінансову діяльність – 15059,5 млн. дол. США (33,7%), у підприємства транспорту і зв’язку – 1711,2 млн. дол. США (3,8%), машинобудування – 1171,4 млн. дол. США (2,6%), металургії та оброблення металу – 5940,4 млн. дол. США (13,3%), хімічної та нафтохімічної промисловості – 1339,6 млн. дол. США (3,0%) [5].

Потрібно враховувати, що прямі інвестиції виступають для зарубіжних компаній способом завоювання ринків товарів та послуг, що створює їхню зацікавленість у здобутті контролю над потенційними конкурентами – аж до припинення діяльності останніх. Внаслідок цього діяльність підприємств з іноземними інвестиціями цілком може вести до витіснення товарів національного виробництва з ринку, «відтягування» до себе дефіцитних ресурсів, «витіснення» з ринку вітчизняних капіталів. Важливо, що такі процеси здійснюватимуться цілком природними ринковими засобами внаслідок різних «вагових категорій» зарубіжних корпорацій та вітчизняних підприємств.

Значний інтерес становить існуючий досвід з регулювання діяльності іноземних інвесторів в Китаї. Зокрема, з метою врегулювання платіжного балансу країни та досягнення «валютної самоокупності» інвестицій тут запроваджено спеціальний статус «імпортозаміщуючого підприємства». Держава прямо підтримує іноземних інвесторів, які працюють з вітчизняною сировиною та комплектуючими, реалізують всередині країни продукцію, яка зменшує потребу в імпортних аналогах [10, с.70].

З метою більш ефективного залучення іноземних інвестицій в економіку держави в багатьох країнах світу створюються території з пільговим режимом інвестиційної діяльності. Такі території відомі як вільні економічні зони (ВЕЗ) та території пріоритетного розвитку (ТПР). В Україні вільні економічні зони іменуються спеціальними економічними зонами (СЕЗ).

Порядок створення і ліквідації та механізм функціонування спеціальних (вільних) економічних зон на території України, загальні правові і економічні основи їх статусу, а також загальні правила регулювання відносин суб'єктів економічної діяльності цих зон з місцевими органами державної влади визначає Закон України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон» Згідно цього Закону СЕЗ являє собою частину території України, на якій встановлюються і діють спеціальний правовий режим економічної діяльності та порядок застосування і дії законодавства України [3].

Західний досвід свідчить, що залучення іноземного капіталу за допомогою створення спеціальних економічних зон (СЕЗ) може відігравати вирішальну роль у зміцненні економічного розвитку країни лише за умови активної й організованої участі держави в інвестиційному процесі. Інвестиційний процес у першу чергу повинні обслуговувати органи державного управління, що формують і реалізують державну інвестиційну політику, а також інвестиційну й інформаційну інфраструктури.

Висновки. Світовий досвід свідчить, що для залучення іноземних інвестицій необхідно розвивати стабільну і недискримінаційну політику, яка ґрунтується на законодавстві, що надає інвестору гарантії безпеки. Важливо також мати політичний та економічний клімат, сприятливий для розвитку бізнесу. З іншого боку, неабияку роль відіграють процедури, пов’язані із реалізацією інвестицій, оскільки чим вони зрозуміліші, простіші тим більше викликають довіри до системи і створюють привабливий імідж країни.

Для розвитку інвестиційної привабливості нашої країни та з метою ефективної реалізації економічної, науково-технічної і соціальної політики державою повинне здійснюватися належне регулювання інвестиційної діяльності. Відсутність такого регулювання може вести до експлуатації іноземними інвесторами дешевих ресурсів (робочої сили, сировини, виробничих фондів, інше) без належної компенсації.

Політика заохочення іноземних інвестицій має стати органічною складовою інвестиційної політики держави. Остання ж передбачає низку узгоджених рішень уряду з приводу реформування економічної політики держави, спрямованого на економічне зростання та досягнення необхідного рівня інвестиційної діяльності всіх підприємницьких структур.

Щодо підвищення ступеня економічної безпеки, пов'язаної з діяльністю в інвестиційній сфері економіки держави будь-яких іноземних інвесторів, необхідно було б доповнити нині чинні в Україні нормативно-правові документи окремими положеннями, а також розробити і запровадити ряд нових документів. Ясність в цьому питанні благотворно позначилася б на поліпшенні інвестиційного клімату в державі. Також актуальним заходом для України є інтенсифікація приватизаційного процесу, а також розбудова вторинного ринку цінних паперів, що сприятиме залученню прямих іноземних інвестицій.

Література

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність»// www.rada.gow.ua
2. Закон України «Про іноземні інвестиції» // www.rada.gow.ua
3. Закон України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон» // www.rada.gow.ua
4. Гаврилюк О.В. Інвестиційний імідж та інвестиційна привабливість України // Фінанси України. – 2008. – № 3. – С. 79 – 93.
5. Державний комітет статистики України. – http:// www/ukrctat.gov.ua
6. Диба М.І. Осадчий Є.С. Вплив іноземного капіталу на економічні процеси в Україні // Фінанси України. – 2009. – № 11. – С. 35 – 46.
7. Зимовець В. Тенденції і наслідки експансії західного фінансового капіталу у Східній Європі // Економіка України. – 2006. – №2. – С. 74-83.
8. Крючкова І.В., Попельнюхов В.В. Вплив фінансово-економічної кризи на інвестиційну діяльність в Україні // Фінанси України. – 2010. – № 8. – С. 15 – 21.
9. Міщенко В. Особливості посткризового реформування фінансового сектору України // Фінанси України. – 2010. – № 10. – С. 3 – 11.
10. Мозиас П.М. Прямые иностранные инвестиции: современные тенденции / МЭиМО. – 2009. – № 1. – С. 65 – 72.
11. Правове регулювання іноземних інвестицій / Коссак В.М., Денисов В.Н., Кузнєцова Н.Є. та ін. / За ред. В.М. Коссака. – К.: Український центр правничих студій, 2009. – 176 с.
12. Худавердієва В.А. Стратегія залучення іноземних інвестицій в економіку України // Фінанси України. – 2010. – № 6. – С. 62 – 69.
13. Чебанов С.В. Международное регулирование прямых иностранных инвестиций: тенденции и проблемы / МЭиМО. – 2009. – № 12. – С. 21 – 32.

Черніченко Г.,[*] Орєхова Т.[**]

ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ПРАКТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, міжнародний бізнес, транснаціональні корпорації, стейкхолдери.

Міжнародний бізнес сьогодні перебуває під впливом інституціонального середовища як країни базування, так і країни-реципієнта. У міру того, як соціальні цілі стають багатограннішими, а питання, пов'язані з добробутом людини, поширюються за межі матеріального, включаючи такі поняття, як чесність, незалежність, безпека і охорона довкілля, стимулюючі структурні зрушення, що ініціюються ТНК, набувають усе більшого значення для їх внеску в удосконалення соціального середовища, у якому вони функціонують.

Найважливішим завданням, що стоїть сьогодні перед корпораціями, є досягнення за допомогою своєї діяльності вищої міри задоволення потреб суспільства, частиною якого вони є. Ці потреби можуть виходити за рамки створення матеріального блага й містити ряд соціальних цілей, таких як захист довкілля. Крім того, якщо попит на дешеву продукцію переважає над попитом на соціально відповідальну поведінку, це також має знайти відображення в діяльності ТНК.

Діяльність сучасних ТНК у соціальній сфері є поєднанням внесків, здійснюваних персоналом підприємства, його акціонерами, кредиторами, клієнтами, постачальниками, неурядовими організаціями та урядом. Залежно від міри впливу тієї або іншої групи в різних сферах виробництва, так само, як і в різних країнах, різними є і очікування від соціальної політики ТНК. За рахунок такого широкого спектра чинників впливу, список понять, які включені в «корпоративну соціальну відповідальність», також дуже великий. Її основу складають питання охорони навколишнього середовища та умов праці, останнім часом велику увагу привертають також боротьба з бідністю і дотримання прав людини у країнах, що розвиваються. В окремих випадках сюди включають також питання організації роботи і представлення колективних інтересів, тоді як мінімізацію податків і трансфертні ціни майже ніколи не відносять до цієї теми, хоча їх вплив на приймаючі країни може бути значним. Більше того, учені із країн, що розвиваються, піддали критиці той факт, що соціальна відповідальність сфокусована на питаннях, важливих для розвинених країн, більше, ніж на проблемах країн, що розвиваються, які потребують негайного вирішення.

Незважаючи те, що соціальна відповідальність корпорацій є порівняно новим напрямом у менеджменті підприємства, ця проблема досліджується багатьма ученими, такими як: Д. Вогель, С. Б. Банержи, Г. Арас, Д. Кроузер, Ф. Котлер, Н. Лі, Я. Джонкер, М. де Вітте і іншими.

Роль і відповідальність приватного сектору із забезпечення стійкого розвитку є потрійною.

---

[*] доктор економічних наук, професор, декан економічного факультету Донецького національного університету

[**] доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Прикладна економіка і бізнес-адміністрування», професор кафедри міжнародної економіки Донецького національного університету

© Черніченко Г., Орєхова Т., 2012

По-перше, компанії впливають на проблеми стійкості й таким чином є відповідальними за них.

По-друге, компанії усвідомлюють, що вони мають засоби для вирішення проблем стійкого розвитку. Вони мають у розпорядженні можливості зниження негативного впливу, вони утворюють економічні та соціальні блага, надають роботу, забезпечують добробут і можливості для соціального залучення людей. І нарешті, співтовариство покладає обов'язки на компанії згідно з їх роллю в економіці та суспільстві.

Незважаючи на широке дослідження цього питання в науковій літературі, невизначеними залишаються відмінності, існуючі у практиці ведення політики корпоративної соціальної відповідальності (далі − КСВ) залежно від розміру компанії, міри її інтернаціоналізації, географічних і галузевих ринків ведення її діяльності. Таким чином, головною метою цієї роботи є визначення диференціації у практиці й інструментах політики корпоративної соціальної відповідальності ТНК.

У широкому сенсі КСВ передбачає відповідальність, яку корпорації несуть щодо суспільства, у якому вони знаходяться і працюють, не відкидаючи того факту, що сфера її впливу виходить за рамки обов'язків. Сьогодні вже стало звичним, коли великі транснаціональні корпорації роблять кроки назустріч суспільству у вигляді будівництва об'єктів соціально-культурного призначення, відтворення природних багатств, боротьби з бідністю та невиліковними хворобами.

Європейська комісія розглядає КСВ як «концепцію, на підставі якої компанії інтегрують соціальні питання і питання навколишнього середовища у своїх ділових операціях і співпраці зі своїми стейкхолдерами на добровільній основі. Бути соціально відповідальним означає не лише виконання законодавчих вимог, але й вихід за ці межі» [6].

Найбільш загальними визначеннями «стейкхолдерів» у даному випадку є: групи, без підтримки яких організація припинила б існування; будь-яка група або особа, яка може впливати чи на яку впливає досягнення організаційних цілей. Кожна з компаній взаємодіє з широким колом зацікавлених сторін. Проте весь потенціал цієї взаємодії залишається поки що незатребуваним, а ключові позиції в ряді зацікавлених сторін займають держава, персонал і місцеві співтовариства. Коло активних учасників взаємодії поступово диверсифікується, проте процес формування їх позицій із питань КСВ ще далекий від завершення.

Різниця в політиці корпоративної соціальної відповідальності фірми відбиває відмінності у знаннях і мотивації, а також наявність ресурсів і можливостей. Роль одних фірм зводиться до пасивної філантропії, інші вживають активніші заходи, які іноді набувають форми так званої стратегічної корпоративної соціальної відповідальності, яка об'єднує заходи, пов'язані із соціальною відповідальністю підприємства і його основною діяльністю.

Для реалізації поставленої в цьому дослідженні мети доцільне вивчення практики корпоративної соціальної відповідальності шляхом проведення експертних опитувань топменеджерів полярних за масштабами інтернаціоналізації та сферами діяльності транснаціональних компаній. Прикладами таких компаній можуть стати, з одного боку, компанії, що надають глобальну структуру розподілу своїх підрозділів і охоплення глобальних ринків, а з іншого − компанії, які тільки починають формувати свій транснаціональний бізнес. Як перший тип компанії пропонується розглянути глобальну компанію «Cargill», яка має досвід ведення бізнесу як у розвинених, так і в таких країнах, що розвиваються, а також у країнах із перехідною економікою. У компанії «Cargill» зайнято 131 тис. робітників по 65 країнах світу: 11 країн Африки, 14 країн в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, 22 країни Європи, 14 країн Латинської Америки, 3 країни Північної Америки і 1 країна

Близького Сходу, у тому числі в таких країнах Причорномор'я, як Болгарія, Румунія, Росія, Туреччина, Україна. Основним сферами діяльності компанії є аграрний бізнес, індустріальне виробництво, харчова промисловість і фінанси.

Прикладом другого типу компаній може служити українська компанія «System Capital Management» (SCM), яка тільки починає розвивати свій транснаціональний бізнес. До групи компаній «System Capital Management» (далі – СКМ) входить більше 100 компаній і більше 150 тис. співробітників. SCM є одним із найвагоміших вітчизняних інвесторів в українську економіку. Діяльність компанії СКМ зосереджена на шести основних сферах: гірничо-металургійній, електричній і розподілі електроенергії, фінансах, телекомунікаціях, ЗМІ і нерухомості. Крім того, СКМ управляє активами в інших секторах промисловості, включаючи видобуток глини, роздрібну торгівлю й торгівлю нафтопродуктами. Компанія має досвід транснаціоналізації власного бізнесу.

У дослідженні як експерти взяли участь співробітники і керівники підрозділів по роботі з персоналом, зв'язках із громадськістю і комунікаціях, комерційній діяльності, керівники виробничих підрозділів досліджуваних компаній.

Аналіз відповідей експертів в оцінці значущості політики КСВ для керівництва компанії показав, що велике значення КСВ надає керівництво компанії на ринку, що формується, з первинним характером транснаціоналізації власного бізнесу у зв'язку з більш високою необхідністю формування позитивного іміджу відкритої, соціально відповідальної компанії, у тому числі для підвищення її інвестиційної привабливості й задоволення формальних і неформальних вимог відкриття доступу на міжнародні ринки (рис. 1).

В оцінках експертів щодо значущості проектів КСВ, які вводяться в діяльність компаній, спостерігалися деякі відмінності. Місцева інтегрована компанія з первинним характером транснаціоналізації своєї діяльності виявилася більш орієнтованою у свій політиці КСВ на місцеву та національну громадськість, що виявляється у більш високій оцінці значущості проектів добродійності та спонсорства, взаємодії з місцевою громадськістю (рис. 2).

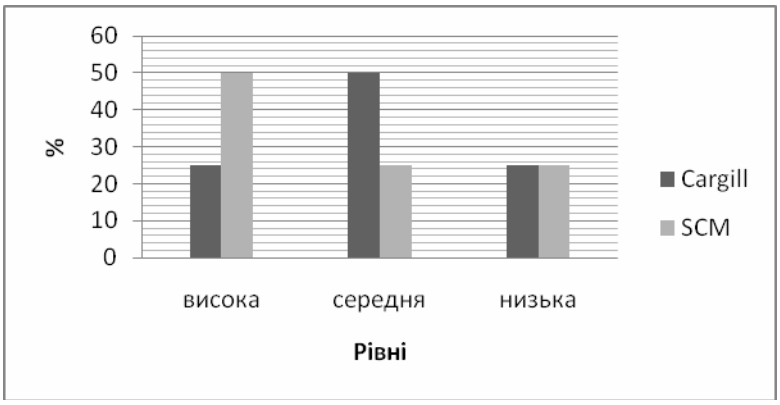


Рис. 1. Розподіл відповідей експертів в оцінці значущості політики КСВдля керівництва компанії

Для компанії із глобальним характером бізнесу характерний високий рівень оцінки значущості проектів, спрямованих на охорону навколишнього середовища, що також пояснюється великою часткою аграрного бізнесу у виробничому портфелі компанії. Соціальні проекти і внутрішні інструменти політики у сфері корпоративного управління та бізнес-етики компанії отримали однакову оцінку експертів незалежно від масштабів діяльності досліджуваних ТНК. Проте деталізація інструментів упровадження внутрішньої політики КСВ показала велику орієнтацію компанії СКМ на збереження робочих місць, створення сприятливих умов праці, задовільний рівень заробітної плати, тоді як менеджери компанії «Cargill» більшою мірою серед інструментів внутрішньої політики КСВ ідентифікували забезпечення робітників задовільним пакетом соціального захисту й оптимальним графіком роботи та відпочинку.

У питанні чи «Існує, на Ваш погляд, диференціація у стандартах СВК на різних географічних ринках компаній?» менеджери компанії, що має досвід глобального бізнесу, були більше схильні до позитивної відповіді, що пояснюється, на їх погляд, диференціацією правових вимог, стандартів і норм соціокультурного середовища (рис. 3).

Таким чином, дослідження доводить наявність диференціації в політиці соціальної відповідальності компаній залежно від сектору їх бізнесу, міри транснаціоналізації, рівня розвитку країни походження й ринку, де застосовуються інструменти цієї політики.

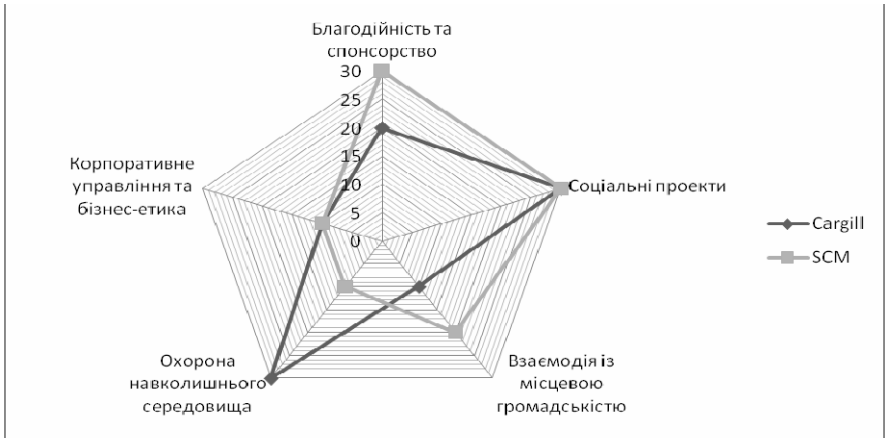


Рис. 2. Розподіл відповідей респондентів щодо значущості проектів КСВ, які впроваджуються в політиці компанії

Потреби громадянина і локального суспільства можуть бути різними, але всі вони реалізуються через органи місцевого самоврядування та органи місцевої влади й містять загальний чинник, згідно з яким для ефективного задоволення потреб людини общини повинні мати необхідний ресурс. Тому питання розвитку місцевого самоврядування взаємозв'язані з розвитком економіки, зокрема з розвитком підприємництва на відповідній території, необхідністю пошуку забезпечення ефективного дотримання балансу між перерозподілом ресурсів на користь локального суспільства і сприятливим бізнес-кліматом на відповідній території, що відноситься до повноважень органів місцевої влади та місцевого самоврядування, будучи основою стійкого розвитку і добробуту регіону. При цьому належне функціонування інфраструктури (водопостачання, транспортні шляхи тощо) є, з одного боку, забезпеченням потреб локальної общини, а з іншого − невід'ємним чинником сприятливого бізнес-клімату.

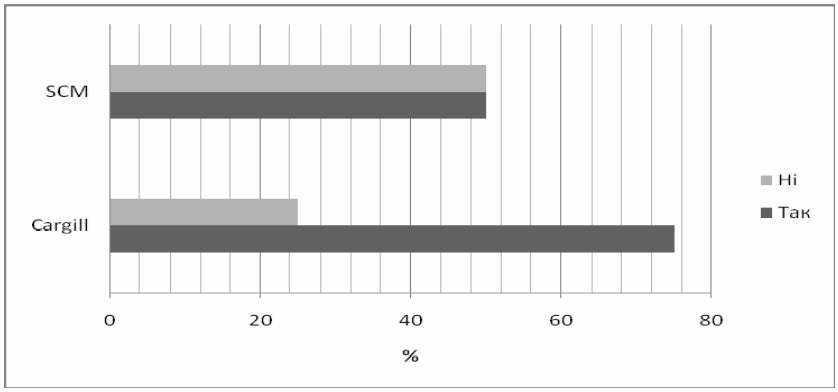


Рис. 3. Розподіл відповідей експертів на питання «Чи існує, на Ваш погляд, диференціація у стандартах на різних географічних ринках компаній?»

При вирішенні сучасних проблем розвитку інфраструктури місцева влада різного рівня, а також у різних країнах, стикається з одними й тими ж проблемами, серед яких на першому місці знаходиться обмеженість ресурсів і зношеність інфраструктурних складових. В Україні ця проблема є зараз особливо гострою для органів місцевої влади щодо міських інфраструктур. З одного боку, підприємства інфраструктурних галузей часто не можуть бути приватизовані, зважаючи на їх стратегічну, економічну і соціально-політичну значущість для міста, однак, з іншого боку, у місцевому бюджеті немає достатніх коштів, які дозволили

б забезпечити належне функціонування цих інфраструктурних об'єктів. І це становить один із головних викликів перед органами місцевої влади та місцевого самоврядування. Пошук адекватної відповіді на ці виклики привів до розробки й упровадження в розвинених країнах світу Концепції розвитку державно-приватного партнерства (public − private partnership − далі PPP)[5].

Останні десятиліття для більшості країн світу були періодом боротьби за ефективний економічний розвиток і підвищення рівня конкурентоспроможності, у тому числі шляхом розвитку ключових елементів національної та місцевої інфраструктури. Це обумовило розуміння приватного сектору не лише як об'єкта фіскального та соціального впливу, а передусім із точки зору можливості використання його ресурсного й управлінського потенціалу для фінансування створення і реалізації спеціальних спільних із владою проектів. Спочатку такі проекти були спрямовані на вдосконалення й утримання об'єктів інфраструктури, але останнім часом концепція PPP довела можливість свого практичного застосування і високої ефективності, і тому напрям проектів PPP значно розширився.

Різноманітність і велика кількість критеріїв ускладнюють можливість вироблення компромісного рішення, що відповідає рівню трансакційних витрат у процесі узгодження пріоритетів розвитку держави і приватних компаній. Для полегшення процедур ухвалення рішень необхідно впорядкувати критерії в міру їх значущості для всіх учасників. Вирішення поставленого завдання доцільно проводити за допомогою поширеного методу аналізу ієрархій (МАІ), запропонованого Т. Сааті.

Початковою інформацією для застосування методу є набір критеріїв (див. таблицю 1.) і матриці парних порівнянь (рис. 4-5).

Таблиця 1.
Критерії узгодження пріоритетів

№	Показники
1	Зростання валового регіонального продукту
2	Зростання інвестицій в економіку регіону
3	Розвиток підприємництва і само зайнятості
4	Зростання реальних доходів населення області
5	Зростання експорту товарів і послуг
6	Зменшення імпортної залежності
7	Зростання темпів введення основних фондів
8	Підвищення темпів зростання продуктивності праці
9	Зростання питомої ваги інвестицій інноваційного напряму в загальному обсязі інвестицій
10	Зменшення рівня безробіття в регіоні, створення додаткових робочих місць
11	Розвиток інфраструктури бізнесу
12	Зростання обсягів продажів приватного бізнесу
13	Зростання доходів приватного бізнесу
14	Доступ приватного бізнесу до дефіцитних природних ресурсів
15	Доступ приватного бізнесу до дешевих природних ресурсів
16	Зменшення витрат виробництва
17	Поліпшення екологічної ситуації
18	Формування сприятливого іміджу регіону

В основу формування переліку критеріїв узгодження інтересів з боку держави покладено параметри, визначені у Програмі економічних реформ на 2010-2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» [1], Стратегії економічного і соціального розвитку Донецької області на період до 2015 року [4] і Рішенні Ради регіонів щодо Реформи регіонального розвитку в 2011 році [2], а також оцінки експертів.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	1	1	0,33	1	0,33	0,33	1	0,33	1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,14	0,14	0,33	0,33	1
2	1	1	0,33	0,33	0,33	1	0,33	0,33	1	0,33	0,2	0,33	0,2	0,2	0,14	0,33	0,33	1
3	3	3	1	1	0,5	0,5	1	1	1	1	1	1	1	0,2	0,14	1	1	1
4	1	3	1	1	0,5	0,25	1	1	1	1	0,5	0,25	0,25	0,14	0,14	0,5	0,33	1
5	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	0,33	0,33	0,33	0,2	0,2	0,33	0,5	1
6	3	1	2	4	1	1	1	1	1	1	0,33	0,5	0,25	0,33	0,2	1	0,33	1
7	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	0,33	1	0,33	0,14	0,2	1	0,33	1
8	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	0,33	0,33	0,33	0,2	0,14	0,33	0,33	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0,33	1	0,2	0,2	0,33	1	1
10	5	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0,33	0,2	0,14	0,11	0,11	1	1
11	5	5	1	2	3	3	3	3	1	1	1	1	1	0,33	0,33	1	1	1
12	5	3	1	4	3	2	1	3	3	3	1	1	1	1	0,33	0,33	3	3
13	5	5	1	4	3	4	3	3	1	5	1	1	1	0,33	0,33	1	5	5
14	7	5	5	7	5	3	7	5	5	7	3	1	3	1	1	1	7	7
15	7	7	7	7	5	5	5	7	5	9	3	3	3	1	1	1	7	7
16	3	3	1	2	3	1	1	3	3	9	1	3	1	1	1	1	5	5
17	3	3	1	3	2	3	3	3	1	1	1	0,33	0,2	0,14	0,14	0,2	1	3
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0,33	0,2	0,14	0,14	0,2	0,33	1

Рис. 4. Матриця початкових парних порівнянь критеріїв узгодження пріоритетів розвитку держави і приватних компаній із точки зору держави

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок, що найбільш важливими для узгодження пріоритетів розвитку держави і приватних компаній, тобто формування моделей приватно-державного партнерства, є такі критерії, як: зростання валового регіонального продукту, зростання інвестицій в економіку регіону, розвиток підприємництва і самозайнятості, зростання реальних доходів населення області, зростання експорту товарів і послуг, підвищення темпів зростання продуктивності праці.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	1	0,5	1	1	1	1	1	0,5	0,2	0,33	3	7	7	5	5	5	0,33	1
2	2	1	1	0,5	1	0,5	0,5	1	1	0,33	0,33	5	7	5	5	5	0,2	1
3	1	1	1	0,33	0,33	0,33	1	1	0,33	0,33	1	5	5	3	3	3	0,2	1
4	1	2	3	1	1	1	0,5	1	0,5	1	1	3	5	5	5	7	1	1
5	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	0,33	3	5	3	3	7	1	1
6	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	5	3	3	7	1	1
7	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	5	7	5	5	5	1	1
8	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	5	7	1	1	1	1
9	5	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	3	5	5	5	7	1	1
10	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	5	9	7	7	9	1	1
11	0,33	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	5	7	5	5	7	0,2	0,33
12	0,14	0,2	0,2	0,33	0,33	0,33	0,2	0,33	0,33	0,2	0,2	1	1	1	1	1	0,33	1
13	0,14	0,14	0,2	0,2	0,2	0,2	0,14	0,2	0,2	0,11	0,14	1	1	0,33	0,33	0,33	0,14	0,33
14	0,2	0,2	0,33	0,2	0,33	0,33	0,2	0,14	0,2	0,14	0,2	1	3	1	0,33	0,33	0,14	0,33
15	0,2	0,2	0,33	0,2	0,33	0,33	0,2	1	0,2	0,14	0,2	1	3	3	1	1	0,14	0,33
16	0,2	0,2	0,33	0,14	0,14	0,14	0,2	1	0,14	0,11	0,14	1	3	3	1	1	0,14	0,33
17	3	5	5	1	1	1	1	1	1	1	5	3	7	7	7	7	1	0,33
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	3	3	3	3	1

Рис. 5. Матриця початкових парних порівнянь критеріїв узгодження пріоритетів розвитку держави і приватних компаній із точки зору приватних компаній

Додаткових компромісних рішень, у тому числі шляхом самообмежень із боку сторін партнерства, потребують такі критерії, як: розвиток інфраструктури бізнесу, зростання обсягів приватного бізнесу, зростання доходів приватного бізнесу, доступ приватного бізнесу до дефіцитних і дешевих природних ресурсів, зменшення витрат виробництва, поліпшення екологічної ситуації, зменшення імпортної залежності, зростання темпів введення основних фондів, зростання питомої ваги інвестицій інноваційного напряму в загальному обсязі інвестицій, зменшення рівень безробіття в регіоні, створення додаткових робочих місць.

Література

1. Програма економічних реформ на 2010-2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» / Комітет з економічних реформ при Президентові України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.president.gov.ua/docs/Programa_reform_FINAL_1.pdf
2. Рішення Ради регіонів щодо Реформи регіонального розвитку в 2011 році від 07.02.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.president.gov.ua/news/19286.html
3. Алаев Э.Б. Социально-экономическая география: понятийно-терминологический словарь / Э.Б. Алаев. – М.: Мысль, 1983. – С. 350.
4. Стратегія економічного і соціального розвитку Донецької області на період до 2015 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.sovet.donbass.com
5. Хромушина Ю.А. Инвестиции и инновационное развитие экономики Германии в процессе информатизации общества / Ю.А. Хромушина // Новые информационные технологии и системы. − 2008. − № 8.
6. Школа І.М. Регіон у системі пріоритетів економічного розвитку / І.М. Школа, М.І. Маниліч // Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації: моногр. / за ред. д.е.н., проф. Д.Г. Лук'яненка. – К.: КНЕУ, 2001. – 538 с.

Шевченко В.*

МІЖНАРОДНІ ФАКТОРИ РЕКОМПОЗИЦІЇ РУХУ КАПІТАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Глобальний рух капіталу має сукупність форм, складну структуру та волатильність, змінюється під дією міжнародних, національних та системних факторів. Міжнародні фактори мають вирішальний вплив на рекомпозицію та зміни у глобальних потоках капіталу, їх суперечливий вплив на світову та національні економіки.

Global capital flows are driven by the different factors, they have number of forms, complex structure and volatility. International factors have significant impact on the re-composition and changes in the global capital flows, their contradictory influence on the world and national economies.

Ключові слова: глобальний рух капіталу, міжнародні фактори руху капіталу, структура руху капіталу, чистий рух капіталу, вплив руху капіталу.

Міжнародний рух капіталу є основною рушійною силою економічної та фінансової глобалізації. Форми та напрямки потоків капіталу формуються під дією різних факторів, які впливають на зміни його структури та динаміки.

Транскордонний рух капіталу, подібно іншим світовим економічним процесам, характеризується періодичною волатильністю, різними тенденціями та структурними змінами. Характер руху капіталу змінювався після міжнародної фондової кризи 2000 року та глобальної фінансової кризи 2008-2009 років. В обидва періоди саме міжнародні фактори та форми руху капіталу вплинули як на виникнення та поширення криз, так і на посткризові зміни потоків капіталу.

Метою дослідження є виявлення основних міжнародних факторів транскордонного руху капіталу та тенденцій зміни його структури в сучасних умовах. Водночас з виявленням актуальних тенденцій, спеціальна увага буде приділена впливу глобальних структурних змін на динаміку та суперечності транскордонного руху капіталу до України.

Методологічною основою дослідження є застосування теоретичних положень міжнародної макро- та мікроекономіки, методів факторного та структурного аналізу до процесів транскордонного руху капіталу.

Транскордонний рух капіталу є одним із системоутворюючих процесів розвиту світової економіки та міжнародної фінансової системи. Це випливає з природи, змісту та результатів руху капіталу.

Природа транскордонного руху капіталу визначається ринковими механізмами акумуляції, алокації та ефективного використання міжнародної фінансової ліквідності з урахуванням різної дохідності та системних ризиків на національних та глобальних фінансових ринках.

* кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка

© Шевченко В., 2012

Міжнародний рух капіталу за економічним змістом можна визначити як транскордонне переміщення фінансової ліквідності (активів) у різних формах, структура яких змінюється під впливом системних та специфічних міжнародних та національних факторів.

Міжнародний рух капіталу є багатоаспектним за своїм економічним значенням процесом та виявляє свою роль як:

- рушійна сила фінансової глобалізації;
- постачання зовнішніх інвестицій для національних економік;
- чинник платіжного балансу;
- залежний міжнародних та національних факторів;
- приплив та відплив капіталу має суперечливі результати для економік.

Основні форми міжнародного руху капіталу мають спільні тенденції та відмінності, є взаємопов'язаними: прямі іноземні інвестиції, портфельні інвестиції, інший приватний капітал, міжнародні кредити, міждержавне фінансування та різні їх комбінації.

Спільні тенденції основних форм транскордонного руху капіталу визначаються системними процесами на міжнародних фінансових ринках, наприклад, міжнародними кредитними циклами, тенденціями зростання або падіння міжнародних фондових індексів та базисних ставок міжнародних запозичень, рухом цін на золото, а також міжнародними макроекономічними процесами, такими як темпи ВВП, світова торгівля, міжнародна інфляція та безробіття.

Відмінності у тенденціях основних форм транскордонного руху капіталу можна пояснити специфікою взаємодії міжнародних та національних (або регіональних) факторів, що впливають на приток та відплив капіталу з окремих (груп) країн чи регіонів.

Міжнародний рух капіталу пов'язаний з іншими фінансовими потоками, фінансовими інноваціями та системними процесами на міжнародних фінансових ринків. В першу чергу це стосується стану та динаміки валютних курсів, зростання обсягів міжнародних міграційних трансфертів, діяльності міжнародних фінансових організацій та міждержавних банків розвитку.

Основні форми міжнародного руху капіталу в сучасних умовах знаходяться під впливом поширення фінансових інновацій, гібридних фінансових інструментів і технологій, появи нових сегментів фінансових ринків та типів фінансових інституцій. Це стосується позабалансових банківських інструментів, деривативів, гібридних фінансових інструментів, фондів суверенного багатства, сек'юритизації, хедж-фондів, Інтернет фінансових послуг.

Динаміка та структура міжнародного руху капіталу протягом останніх десятиріч періодично змінювалася. Фінансова криза 2008-2009 років, посткризове відновлення та європейська боргова криза 2011 року обумовили нестабільність та структурні зміни глобальних потоків капіталу.

Сучасний стан міжнародного руху капіталу можна визначити терміном «ре-композиція», що можна трактувати як загальну зміну структурно-динамічних характеристик процесу.

Ре-композиція означає зміну композиції як структурно-просторової сукупності (характеристика) потоків капіталу. За змістом вона охоплює зміни структури, напрямків та інтенсивності міжнародного руху капіталу у результаті глобальних і регіональних, системних та кон'юнктурних змін на міжнародних фінансових ринках, суперечливої взаємодії спонукальних та протидіючих факторів, кризового та посткризового ре-балансування, ризиків та обмежень транскордонних потоків фінансової ліквідності.

Вихідним пунктом виявлення природи багатоаспектного процесу ре-композиції може бути визначення впливу сучасних міжнародних факторів руху капіталу.

Транскордонний рух капіталу відбувається під впливом суперечливої та змінної комбінація різних факторів: міжнародних, національних, структурних (взаємодія форм руху капіталу), системних та специфічних, ризикових, економічних і кредитних циклів, фінансових та банківських криз, регуляторних та політичних, соціально-психологічних та інших.

В сучасних умовах пріоритет належить міжнародним факторам руху капіталу. Це пояснюється високим рівнем глобальної економічної та фінансової інтеграції, високою залежністю більшості розвинутих та зростаючих економік від міжнародної економічної кон'юнктури та торгівлі, впливом темпів економічного зростання на приплив іноземного капіталу, значенням міжнародної конкурентоздатності для інвестиційної привабливості країн.

Основним міжнародним фактором ре-композиції руху капіталу, на наш погляд, є системна зміна характеру та моделі глобального економічного росту. Така зміна відбулася на рубежі тисячоліть та характеризується перетворенням розвиваючих країн у найбільш динамічний центр як імпорту, так і експорту іноземного капіталу.

Таблиця 1 .
Міжнародний рух капіталу в розвиваючі країни, млрд. дол. США.

Роки	Притік капіталу	Відтік капіталу	Зміна валютних резервів	Баланс поточного рахунку
1993-96	280	110	90	-85
1997-2001	269	193	89	21
2002-2007	951	818	584	429

Джерело: IMF, Balance of Payments Statistics.

При цьому притік капіталу до розвиваючих країн (emerging markets) з початку 90-х років зріс на 3,4 рази, а відтік капіталу з них у інші країни збільшився у 7,4 рази та офіційні резерви – у 6,5 рази. Розвиваючі країни мають стабільні та високі темпи зростання ВВП, позитивне сальдо торгівельного балансу та поточного рахунку платіжного балансу, що забезпечує відносну стійкість валютних курсів.

Після кризи 2008-2009 років світ перейшов до моделі двох (трьох) швидкісного руху глобальної економіки – відносно стійкої у середньостроковій перспективі різниці у темпах економічного зростання між основними групами країн. Така модель відображає системну диференціацію темпів економічного зростання та зміни його пріоритетів.

В сучасних умовах глобальна економіка розвивається в основному за рахунок трансформаційних та зростаючих (emerging markets) економік. Основні групи країн мають різний характер і темпи росту:

- розвинуті країни – помірні або невеликі (біля 2 % в рік або менше) темпи росту ВВП та застійне безробіття, фіскальні та зовнішньоекономічні дисбаланси, помірні коливання валютних курсів;

- трансформаційні економіки Центрально-Східної і Південної Європи та СНД – у більшості середні темпи росту ВВП, ресурсо-базовані та експортно-орієнтовані моделі зростання, зовнішньоекономічні дисбаланси та фіскальні дефіцити (крім окремих країн), значні коливання валютних курсів;

- зростаючі ринки Азії – високі темпи зростання ВВП, експортно орієнтовані економіки, позитивні баланси поточного рахунку платіжного балансу, нарощування офіційних резервів та активів фінансових систем, регульовані або стабільні валютні курси.

Таблиця 2.

Прогноз приросту валового внутрішнього продукту основних регіонів та світової торгівлі у 2011-2012 роках, %.

	2011	2012
Світ	4,3	4,5
Розвинуті економіки	2,2	2,6
В т.ч. США	2,5	2,7
Єврозона	2	1,7
Центральна та Східна Європа	5,3	3,2
СНД	5,1	4,7
Розвиваюча Азія	8,4	8,4
Китай	9,5	9,5
Світова торгівля	8,2	6,7

Джерело: International Monetary Fund. World Economic Outlook. June 2011.– IMF, Washington,-2011 - www.imf.org/weo/2011

Високі та стабільні темпи економічного зростання у розвиваючих країнах стають основним фактором попиту на фінансову ліквідність та привабливості для залучення іноземного капіталу.

В результаті диференціації моделей і темпів економічного росту відбуваються зміни структури та напрямків міжнародних фінансових потоків. По-перше, високі та стабільні темпи росту ВВП у основних трансформаційних та зростаючих країнах стають пріоритетним фактором їх привабливості для стратегічних та портфельних інвестицій. По-друге, значні офіційні резерви дозволяють регулювати валютні курси та знижувати валютні ризики для інвесторів. По-третє, відносна недокапіталізованість національних фінансових ринків та високий попит на запозичення формують простір для входження іноземного капіталу. По-четверте, одночасно зростають вихідні потоки капіталу з цих країн, особливо у ресурсні та високотехнологічні сектори інших країн.

Продовження відновлення до передкризового рівня та нестабільність трансформаційних економік спричиняють високі ризики для іноземних інвестицій та зовнішніх запозичень. В країнах СНД та Україні спостерігається продовження процесу та нестабільність відновлення економіки. Так, в Україні передкризовий обсяг ВВП, за різними експертними оцінками, може бути досягнуто в кінці 2012 року. Стримуючими факторами є погіршення зовнішньої кон'юнктури, скорочення експорту металу та аграрної продукції у 2011 році, збільшення негативного сальдо торгівельного балансу та поточного рахунку платіжного балансу, ускладнення інвестиційного клімату.

Відновлення передкризового рівня ВВП у Росія очікується також у 2012 р., при продовження залежності темпів зростання, валютного курсу та стану бюджету від цін міжнародних ринків енергоносіїв.

Диференціація рівнів фінансового розвитку країн, що суттєво впливає на їх привабливість та ризики. для зовнішніх інвестицій та запозичень. Оцінки рівнів фінансового розвитку базуються на експертних методах, Одним із таких визнаних методів є розрахунок Індексу фінансового розвитку Всесвітнього економічного форуму (ІФР ВЕФ). Індекс розраховується за трьома опорами (pillars) :

Фактори, політики та інституції	***Фінансове посередництво***	***Фінансовий доступ***
Інституційне середовище	Банківські фінансові послуги	Фінансовий доступ
Ділове середовище	Небанківські фінансові послуги	
Фінансова стабільність	Фінансові ринки	

Рис. 1. Структура розрахунку Індексу фінансового розвитку Всесвітнього економічного форуму (ІФР ВЕФ).

Джерело: The Financial Development Report 2009. - World Economic Forum, Geneva-New York, 2009, p.5-9.

Особливостями структури вказаного індексу є достатньо чітке виділення основних компонентів, що визначають розвиток фінансових систем – фактори, політики та інституції, фінансове посередництво та доступ до фінансів. Такий індекс дозволяє оцінити важливі аспекти стійкості фінансової системи в умовах глобальної нестабільності, волатильності фінансових ринків та періодичних криз.

Таблиця 3.
Індекси фінансового розвитку Всесвітнього економічного форуму (ІФР ВЕФ) для окремих країн в період фінансової кризи

Країна	**Ранг 2009**	**Ранг 2008**	**Індекс 2009**	**Зміна індексу до 2008**
Великобританія	1	2	5,88	-0,55
США	3	1	5,12	-0,72
Франція	11	6	4,57	-0,68
Німеччина	12	3	4,54	-0,74
Росія	40	36	3,16	-0,24
Казахстан	47	45	2,93	-0,2
Україна	52	51	2,71	-0,02

Складено та розраховано за даними: The Financial Development Report 2009. - World Economic Forum, Geneva-New York, 2009, p.10-13.

Зміни індексів фінансового розвитку вказують на те, що найбільш враженими в результаті кризи були розвинуті країни з потужними фінансовими ринками, на яких відбувалося падіння вартості фінансових активів, дефолти по кредитам та облігаціям, кредитні проблеми. В той же час у банково-центрованих фінансових систем транзитивних (наприклад, Росія, Казахстан, Україна) та зростаючих (Китай, Індія, Бразилія) економік зміни індексів були не такими значними. Кризи в транзитивних економіках розвивалися в основному в результаті зовнішніх валютних та товарних шоків, обумовлених ними криз бюджетів та зовнішньої заборгованості.

Конкуренція умов залучення фінансування на національних та міжнародних ринках. Умови фінансування на національних та міжнародних ринках формуються під впливом міжнародно-системних, національно-системних та специфічних факторів і ризиків. Диференціація умов і вартості фінансування створює основу для конкуренції у сфері внутрішніх та зовнішніх залучень. В свою чергу конкуренція впливає на можливості оптимізації запозичень та їх ефективної алокації.

Таблиця 4.
Умови кредитування національних банків: середньозважені відсоткові ставки для кредитів у національній валюті, 2006-2009.

	2006	2007	2008	2009
США	7,96	8,05	5,09	3,25
Італія	5,62	6,33	6,84	4,76
Індія	11,19	13,02	13,31	12,19
Китай	6,12	7,47	5,31	5,31
Росія	10,43	10,03	12,23	15,31
Україна	15,47	13,9	17,49	20,86

Джерело: World Bank statistical database

Зміни процентних ставок у кризовий та посткризовий періоди у різних країнах біли асиметричними – зниженні ставок відбувалося у розвинутих країнах відповідно до політики центральних банків щодо утримання ставок на мінімальному рівні з метою стимулювання економіки. У трансформаційних та багатьох розвиваючих економіках відсотки були на високому рівні або навіть підвищувалися. Це обумовлено національними факторами - посткризовими умовами транзитивних економік серед яких макроекономічна та монетарна незбалансованість, вразливість фінансових систем та національних валют. Крім того, у частини країн були нагромаджені значні зовнішні борги та проблеми їх обслуговування, вплинули зміни на міжнародних товарних ринках та стан національної конкурентоздатності.

Міжнародні системні фактори та транскордонні фінансові зв'язки стали суттєвими чинниками руху капіталу. Вони проявилися як циклічна та кризова асиметрія припливу і відпливу іноземного капіталу та зовнішніх запозичень, зовнішні фінансові шоки, «неочікувана зупинка» припливу іноземного капіталу в період фінансових криз, зміни політики іноземних банків на національному ринку в залежності від становища в країнах походження та інші.

Девальвація української гривні в період кризи спричинило підвищення вартості обслуговування зовнішніх запозичень та внутрішніх кредитів (сплати відсотків та основного боргу) в національній валюті Це негативно вплинуло на можливості зовнішніх запозичень українськими компаніями.

Посткризовий розвиток шляхом всебічної модернізації економіки на сучасній технологічній базі та інфраструктури можлива лише за рахунок значних залучень зовнішнього фінансування на міжнародних ринках. Можливості залучення зовнішньому фінансуванні можуть бути здійснені лише за умов структурних реформ, подолання корупції, ефективної правової системи, створення умов та стимулів всебічної модернізації та інновацій.

Література

1. Платіжний баланс (аналітична форма). – Національний банк України, 2011 - http://www.bank.gov.ua/Balance/PB/2011/aPB_2011.pdf
2. Capital flows and emerging market economies. - CGSF papers No 33, Bank for International Settlements, Basel. – 2009.
3. Calvo G. Financial Crises and Liquidity Shocks; a Bank-run Perspective. - NBER Working paper 15425. – 2009/
4. IMF Global Financial Stability Report. –Washington, International Monetary Fund – 2011 [Electronic source] - www.imf.org

5. IMF, Balance of Payments Statistics. – 2011 [Electronic source]- www.imf.org/stat/
6. Lane P., Milesi-Ferretti G. External Adjustment and Global Crisis. - IMF Working Papers WP/11/197 – International Monetary Fund, Washington – 2011.
7. The Financial Development Report 2009. - World Economic Forum, Geneva-New York – 2009.
8. World Economic Outlook (WEO). Tensions from the Two-Speed recovery: Unemployment, Commodities and Capital Flows. April 2011. [Electronic source] // International Monetary Fund. Washington, 2010 - http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2011/
9. World Bank. Data. Financial sector - [Electronic source] - http://data.worldbank.org/indicator/FR.INR.LEND

Якубовський В.*

ІНТЕГРОВАНІ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ОСНОВІ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ

Походження системного підходу до менеджменту організаціями історично можна віднести до середини минулого століття. За своєю суттю цей підхід заснований на принципах загальної теорії систем, які закладені у фундаментальних науково-дослідних працях Богданова О. О. [1] і Людвіг фон Берталанфі [2], що є загальновизнаним в даний час.

Концептуальна ідея системного підходу до менеджменту полягає в тому, що організаційні структури розглядаються як сукупність взаємопов'язаних і взаємовпливаючих в процесі функціонування елементів. Особливості елементів, зв'язків між ними і процесів, що тривають, описують організаційну поведінку системи. З іншого боку це означає, що адекватно моделювати реальну організаційну поведінку системи ми можемо тільки в разі досить точного відображення всіх цих компонентів.

Історично системний підхід був вперше застосований до менеджменту якості. Друга світова війна і різке зростання масового виробництва зброї наочно продемонстрували неефективність підходу, заснованому на принципах контролю якості, в забезпеченні відповідних характеристик військової продукції. Кількість інспекторів, необхідних, щоб забезпечити технічний контроль у процесі технологічного циклу, в ряді випадків стала співставлятись з кількістю робітників, які працюють у виробництві [3].

Досить швидко системний підхід показав свою ефективність в забезпеченні якості отримав стандартизований вигляд спочатку в різних національних військових стандартах, як MIL-Q-9858, які створили платформу для міжнародних стандартів до систем менеджменту якості ISO з присвоєним серійним номером 9000. Перша версія цих стандартів була видана Міжнародною організацією зі стандартизації ISO в 1987 році, за якою з’явились 3 інші в 1994, 2000 і 2008 роках [4]

Через їх першу появу та фундаментальний характер стандарти на системи менеджменту якості відиграли роль методичного посібника для аналогічних стандартів по системах менеджменту в інших секторах економики. Поступово протягом останніх 20-30 років, системний підхід до менеджменту охоплює всі основні напрямки діяльності організацій. Таблиця 1 підсумовує найбільш розповсюджені серії стандартів по системах менеджменту, демонструючи вражаючий охоплення областей діяльності. Слід зазначити також, що перелік стандартів з систем менеджменту, наведених в Таблиці 1, не є вичерпним.

Деякі інші конкретні стандарти галузевого характеру не приведено для стислості. Основна ідея представленої інформації полягає в ілюстрації того, наскільки широко використовуваними вже є стандарти з систем менеджменту. Всього не менше 50 серій міжнародних стандартів по системах менеджменту можуть бути зараз перерахованими, підкреслюючи широкі масштаби їх застосування.

---

* доктор технічних наук, професор кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

©Якубовський В., 2012

Таблиця 1.
Перелік основних міжнародних стандартів по системах менеджменту

Область, галузь індустрії	Стандарти
Аерокосмічна	AS 9100
Харчових продуктів	ISO 22000
Автомобільна	QS 9000/TS 16949
Енергетичний менеджмент	ISO 50000
Екологічний менеджмент	ISO 14000
Менеджмент інформаційної безпеки	ISO 27000
Машинобудування	ASME
Медичне обладнання	ISO 13485
Ядерна	50C – QA
Нафта та газ	ISO 29000
Менеджмент якості	ISO 9000
Залізнична	IRIS
Менеджмент ризику	ISO 31000
Соціальна відповідальність	ISO 26000
Телекомунікаційна	TL 9000

За своєю суттю міжнародні стандарти накопичують широко визнаний досвід у галузі філософії і принципів систем менеджменту та відображають вимоги до них, їх структуру і рекомендовану практику розробки і реалізації. На основі цього виконується процедура оцінці та аудиту систем менеджменту різного призначення.

Різноманітність міжнародних стандартів з системах менеджменту не висвітлює практичну сторону обсягу їх застосування. Набагато більш демонстративною у цьому відношенні є статистична інформація, що регулярно збирається та оприлюднюється Міжнародною організацією зі стандартизації за кількістю сертифікованих по різних стандартах систем менеджменту визнаними та акредитованими органами з сертифікації. Ця інформація доступна через публікації щорічних обзорів ISO, які представляють цю статистику в глобальному масштабі, окремо по країнах, та за різними стандартами. Деякі загальні дані, вилучені з останнього видання 2010 року даного огляду, наведені в Таблиці 2.

Таблиця 2.
Загальне число виданих сертифікатів в глобальному масштабі

Роки	Стандарти					
	ISO 9001	ISO 14001	ISO/TS 16949	ISO 27001	ISO 22000	ISO 13485
2000	457834	22847	-	-	-	-
2001	510349	36464	-	-	-	-
2002	561767	49440	-	-	-	-
2003	597919	64996	-	-	-	-
2004	660132	90554	10019	-	-	2403
2005	773867	111163	17047	-	-	5065
2006	896929	128211	27999	5797	-	8026
2007	951486	154572	35198	7732	4132	12985
2008	982832	188815	39320	9246	8206	13234
2009	**1064785**	**223149**	**41240**	**12934**	**13881**	**16424**

Представлена статистика наочно демонструє, що кількість сертифікованих у всьому світі систем менеджменту якості, які займають лідируючи позиції, наприкінці 2009 року перевищила один мільйон сертифікатів з кількістю країн, де ці сертифікати зареєстровані - 178. Другими по кількості є системи екологічного менеджменту, чисельність яких нараховує близько до чверті мільйона за той же період часу з кількістю країн - 159. Інші системи менеджменту йдуть тім же шляхом, який вже пройшли в попередні роки системи менеджменту якістю та екологічного менеджменту.

Таке глобально широке використання системного підходу в різних областях менеджменту пов'язане з його основними перевагами, зокрема:

- Цілісна природа, охоплення всієї організації;
- Реалізація принципу запобігання в протилежність принципу усунення;
- Прозорість та простежуваність;
- Реалізація принцип безперервного вдосконалення;
- Участь всього персоналу, ріст його загальної та професійної культури;
- Простота адаптації і трансформації;
- Економічна ефективність.

В своєї основі системи менеджменту – це системи управління організації, орієнтовані на одну або кілька областей, зокрема, якості, екології, безпеки або інші. Незважаючи на певну специфіку будь-яка система менеджменту включає в себе такі основні елементи: організаційну структуру, процедури, процеси та ресурси, необхідні для функціонування системи. Якщо організаційна структура визначає загальну структуру системи менеджменту, то процедури описують її функціонування, а процеси відображають те, про що йдеться в процедурах.

На додаток до цих загальних елементів слід зазначити, що будь-яка система менеджменту основується на фундаментальній концепції циклу Шухарта-Демінга, що бере свій початок в стандартах на системи менеджменту якості ISO 9000:

Плануй – Роби – Перевіряй – Дій.

Будучи сформульованою його авторами щодо структури, перш за все, загального циклу менеджменту, ця концепція відображає основоположний принцип замкнутості систем контуру зі зворотним зв'язком, необхідним для забезпечення стабільності і ефективності в цілому будь якої системи. Ще однією загальною ідеєю цього циклу є орієнтація на постійне поліпшення, яка заснована на послідовних компонентах і принципі замкнутості системи зі зворотним зв'язком, опис яких схематично наведено на Рис.1.

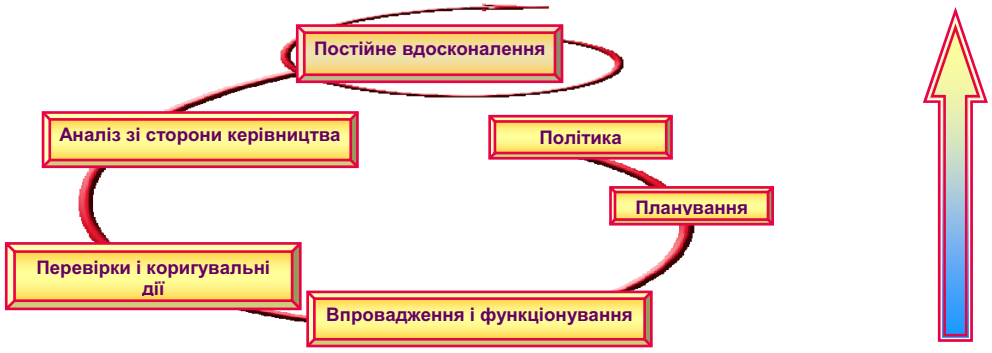


Рис.1. Принципова модель систем менеджменту Шухарта - Демінга.

Додатковий послідовний компонент на Рис. 1 у порівнянні з оригінальним циклом Шухарта-Демінга, який пов'язаний з формуванням політики, є тісно взаємодіючим зі стратегічним плануванням, що відображає структуру всіх сучасних систем менеджменту.

Визнаючи ефективність систем менеджменту, все більше і більше організацій знаходяться на шляху до реалізації двох і більше з них для охоплення кількох сфер діяльності. У таких випадках завжди постає питання про сумісність різних систем менеджменту. Незважаючи на загальний характер і структуру, єдині принципи і поняття, є деякі важливі окремі елементи, які суттєво відрізняють одну систему менеджменту від іншої.

Найбільш відмінною особливістю систем екологічного менеджменту, наприклад, є принцип екологічних аспектів, в той же час в системах менеджменту безпекою застосування підходу до управління ризиками є домінуючим.

Процес комбінації різних систем менеджменту в сучасній науково-технічній літературі отримав назву як їх інтеграція, а такі комбіновані системи менеджменту відповідно називають інтегрованими.

З метою спрощення процесу інтеграції різних систем менеджменту відповідні спеціалізовані міжнародні стандарти все більше і більше відповідають структурі основних стандартів ISO серії 9000 на системи менеджменту якості. Загальний огляд 3-х найбільш популярних міжнародних стандартів по системах менеджменту, в тому числі системах менеджменту якості - ISO 9001, системах екологічного менеджменту - ISO 14001 та системах управління професійним здоров'ям та безпекою OHSAS 18001, показує чітку відповідність між загальною структурою цих стандартів. Такі загальні положення як політика, планування, зв'язок, контроль за документацією, операційний контроль, внутрішній аудит, аналіз з боку керівництва, коригувальні та запобіжні дії і деякі інші в цих системах є загальними або дуже схожими. При порівнянні структур різних систем менеджменту, в залежності від типу системи, від 40% до 60% їх ключових елементів можна розглядати подібними. Така ситуація помітно спрощує процес інтеграції різних систем менеджменту.

Таким чином, сумісність і можливість інтеграції систем менеджменту базуються на наступних основних положеннях:

- Спільність методологічного підходу і загальних принципів;
- Подібність структур різних стандартів;
- Схожість складу вимог, до 60% з яких є загальними;
- Єдність загальносистемних вимог;
- Подібність вимог до документації, її структури і змісту.

Основуючись на зазначеній вище загальній картині різних систем менеджменту, які відповідають вимогам міжнародних стандартів їх схематичне співвідношення може бути представлено Рис. 2. Система менеджменту якості знаходиться в середині, відіграючи

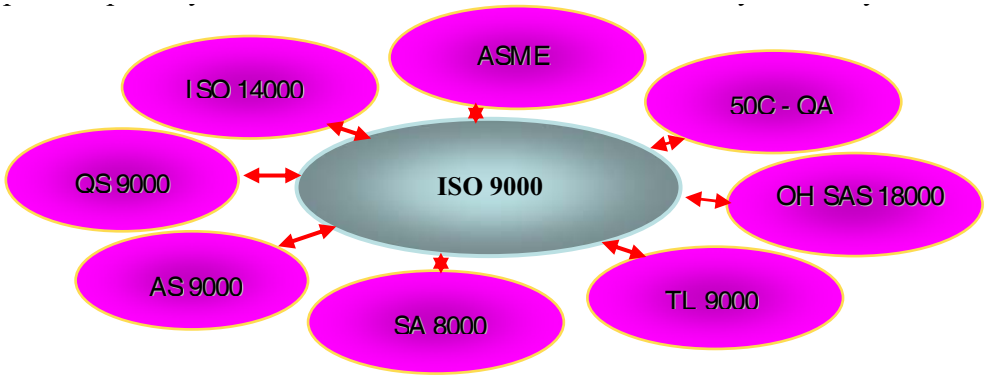


Рис. 2. Схематичне представлення окремих систем менеджменту.

роль фундаментальної основи для будь-якої іншої спеціалізованої системи менеджменту, в той час як ці спеціалізовані системи, орієнтовані на конкретні напрямки діяльності організації, можна проілюструвати як супутники систем менеджменту якості. У зв'язку з цим спеціалізовані системи менеджменту можуть розглядатись як похідні систем менеджменту якості, які історично першими реалізували системний підхід до менеджменту в цілому.

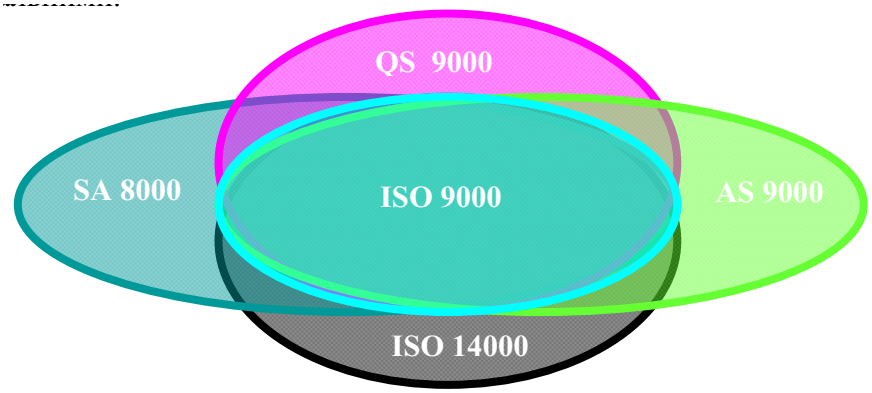


Рис. 3. Інтеграція систем менеджменту.

Окремі елементи окремих систем менеджменту, які відображають їх специфіку, займають на Рис. 3 сегменти за межами центральної частини інтегрованої системи менеджменту. Кількість цих сегментів відповідає кількості окремих систем, що включені в єдину інтегровану систему менеджменту. Площа під кожним сегментом може представляти ступінь специфічності окремої системи менеджменту і рівень її відмінності від загальних елементів ядра. Схематичне представлення філософії інтегрованої системи менеджменту, що зображене на Рис. 3, є досить ілюстративним для демонстрації основної ідеї комбінації різних систем менеджменту.

Одним з важливих моментів інтегрованої системи менеджменту є структура її документації, що описує функціонування системи. Як правило, документація будь-якої системи менеджменту схематично може бути представлена у вигляді піраміди, наведеній на Рис. 4. Верхній рівень займає загальна політика, яка повинна відображати особливості всіх включених систем менеджменту. Наступний шар належить настанові, яка знову повинна описувати загальні положення, а також особливості системи галузевого менеджменту. Загальна структура і зміст третього і четвертого шарів, які відповідно представляють робочі інструкції і записи функціонування системи, є схожими на верхні. Вони включають в себе загальні положення та особливості, сформульовані в окремих або загальних документах цих типів.

Рис. 4. Структура документації інтегрованої системи менеджменту.

Цілком зрозуміло, що структура документації інтегрованої системи, що представлена на Рис.4, є загального типу. У будь-якому конкретному випадку детальна структура документації інтегрованої системи менеджменту та склад її різних шарів залежить від багатьох причин, включаючи тип систем менеджменту, віднесений до єдиної системи інтегрованого типу, компанії, її розміру і структури, загальних принципів, покладених в концепції створення інтегрованої системи менеджменту і т.д. У будь-якому випадку при розробленні інтегрованої системи менеджменту необхідно дотримуватися таких основних правил:

• Інтегрована система менеджменту повинна задовольняти повному набору вимог стандартів, яким вони мають намір відповідати;

• Будь-яке дублювання або протиріччя різних окремих системах, що входять в інтегровану систему, повинне бути виключене;

• Інтегрована система повинна використовувати всі переваги об'єднання окремих систем, будучи максимально простою, прозорою та ефективною.

Практичні аспекти інтеграції систем менеджменту призводять до питання щодо концептуальної послідовності такої реалізації проекту в компанії. Три можливих схеми повинні бути зазначені.

Перший підхід є найбільш загальним і відповідає ситуації, коли елементи інтегрованої системи, які відображають всі окремі системи, розробляються і реалізуються одночасно. Будучи загального типу, такий підхід є найбільш складним і вимагає великих зусиль і ресурсів, які будуть присвячені проекту від компанії. Подібна схема може бути рекомендована для компанії, яка вже отримала деякий попередній практичний досвід у впровадженні систем менеджменту.

Два інші підходи відповідають ситуації, коли компанія вже впровадила або має намір впровадити одну з систем менеджменту. Найбільш популярною для такого підходу є ситуація, коли, по-перше, система менеджменту якості як основна система вже існує або планується бути розробленою і впровадженою і як другий крок, спеціальні сегменти, які відображають елементи галузевих систем, повинні бути додані. Ця схема є кращою, оскільки під час реалізації основної системи менеджменту якості всі співробітники будуть вже залучені і практично підготовлені. Це суттєво спростить подальшу інтеграцію системи менеджменту.

У деяких інших випадках компанія може бути зацікавленою в реалізації, в першу чергу, спеціалізованої системи менеджменту. Такі випадки можуть бути пов'язані з умовами тендеру, вимогами клієнтів або іншими причинами ринкового характеру. Після впровадження спеціалізованої системи менеджменту найбільш поширена система менеджменту якості або деяка інша повинна бути інтегрованою з нею. Будь-якої істотної різниці між останніми двома схемами не існує. Таким чином, вибір найбільш адекватної схеми є предметом рішення компанії з урахуванням умов її існування.

Підводячи підсумок можна стверджувати, що ефективність системного підходу до менеджменту забезпечує все більш широке використання систем менеджменту. Число систем спеціалізованого менеджменту постійно збільшується і на сьогодні їх кількість становить більше ніж 50. Це ставить важливі питання інтеграції різних систем менеджменту. Розгляд найбільш популярних структур і принципів систем менеджменту чітко продемонструє, що їх об'єднання або інтеграція є природньою. Різні схеми такої інтеграції продемонстровані і в якості загального керівництва слід зазначити, що процес інтеграції систем менеджменту відкриває шлях до створення загальної корпоративної системи менеджменту, яка враховує всі аспекти управління компанії.

Література

1. Богданов О.О. Технологія: Універсальна організаційна наука. В 2 томах (рос. мовою). – Москва. – Економіка. – 1989р.
2. Bertalanffy L., von. General Systems theory: Foundations, Development, Applications.- New York: George Braziller.- 1968 p.
3. Якість в історії цивілізації. Еволюція, Тенденція і Перспективи менеджменту якості. Видання за ред. Дж. Джуран (рос. мовою), Том 3 - М.: Стандарти та Якість, 2004-2008 рр.
4. The ISO Survey of Certification 2009.: International Organization for Standardization Publication – 2010 p.

Білоус А.*

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

На нинішньому етапі розвитку цивілізації прискореними темпами почали розвиватися нові тенденції і технології у сфері управління. Тому з усією очевидністю постає проблема радикальної перебудови відносин між виробництвом і навколишнім середовищем. Безумовно, раціональні й локальні природоохоронні заходи мають суттєве значення, але процес запобігання екологічних проблем необхідно здійснювати на рівні кожного підприємства. Використання лише жорстких адміністративних методів і примусу не може впливати на екологічну ситуацію в повному обсязі. З огляду на зазначене лише ініціативна й результативна діяльність економічних суб'єктів, спрямована на досягнення їхніх екоефективних програм, може привести до глобального поліпшення стану навколишнього середовища. [2]

Розв'язання проблеми оптимізації виробництва і природокористування пов'язане з розвитком двох напрямів:

• створенням нових ефективних технологій;

• створенням досконалішої системи управління розвитком техніки й технології виробництва та природокористування на основі математичного моделювання.

Джерелами формування системи екологічного фінансування можуть бути: платежі за спільне користування ресурсами, плата за погіршення якості природних ресурсів, забруднення навколишнього середовища; страхові розрахунки; грошові стягнення; стимули — пільги при оподаткуванні; короткострокові й довгострокові платежі; підвищення норм амортизації основних виробничих природоохоронних фондів; застава природних ресурсів.

Ці засоби більшою мірою можуть бути застосовані в екологічній політиці держави. Але багато з них можуть бути задіяні в організаційно-економічному механізмі функціонування на рівні підприємства і, доповнюючи макрорівень і враховуючи особливості діяльності, здатні сприяти ефективності управління екологічною безпекою. Взагалі ж управляти охороною довкілля на рівні окремого підприємства дуже важко. Тому екологічний менеджмент має здійснюватися на всіх рівнях управління. Виконання екологічної політики вимагає використання певних коштів, основна частина яких має надходити за допомогою дії системи еколого-економічних засобів. Визначаючи стратегічні напрями розвитку підприємства, обов'язково слід формувати завдання в галузі екології. Сформовані під ці завдання бюджети можуть бути використані на:

• розробку екологічних програм;

• виконання науково-дослідних робіт у галузі екології;

• розробку екологічних стандартів, нормативів;

• здійснення профілактичних робіт зі зниження забруднення довкілля;

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

Науковий керівник: професор Кредісов А. І.

© Білоус А., 2012

• стимулювання працівників у разі здійснення ними екологічної діяльності;

• оснащення підприємств приладами, устаткуванням, транспортними засобами. [1]

Вирішення завдання оптимального природокористування в межах управління виробництвом дає змогу запропонувати алгоритм ведення екологічного менеджменту й мінімально збиткове інформаційне забезпечення функціонування його економіко-організаційної моделі. Застосування ситуаційного підходу передбачає використання інформації щодо різноманітних чинників як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Екологічний менеджмент підприємства своєю чергою має формувати й поширювати інформацію, яка надходить із таких середовищ:

• природно-екологічне середовище — про стан водневого й повітряного басейну, наявність особливо шкідливих речовин у ньому;

• соціальне середовище — інформація про робочі місця, їх зручність (ергономічна);

• технологічне середовище — інформація про нові види сировини й матеріалів, енергії, про високопродуктивне обладнання, яке працює за екологічно безпечною технологією;

• функціональне середовище — обґрунтованість завдань і рішень у галузі екології від генерального менеджменту;

• організаційне середовище — раціональна організація виробництва, можливості використання безвідходних технологій, ефективність використання сировини та ін.;

• економічне середовище — розрахунки ефективності побудови очисних споруд, окупність "чистих" технологій;

• інноваційне середовище — повідомлення про найраціональніші варіанти використання довкілля (розвиток і вдосконалення). [3]

Важливість заповнення на виробництві первинної екоінформації очевидна й зумовлена не лише вимогами природоохоронних та інших органів контролю. Ця категорія звітності в ринковій економіці стає такою ж важливою, як і складання балансової звітності підприємства. В багатьох країнах компанії досить вміло використовують первинні екологічні дані для створення іміджу "чистих" виробництв і продукції, а також для отримання пільгових кредитів для розширення й модифікації діяльності.

Для подолання екологічних кризових явищ необхідна підготовка висококваліфікованих управлінців, які б володіли сучасними методами й технологіями екологічного менеджменту.

Література

1. Екологічне законодавство України: Зб. нормат.-прав. актів. – Київ: Істина, 2007. – 384 с.
2. Потай О.А. Концептуальні засади екологічного менеджменту підприємства // Регіональна економіка. – 2008.
3. Менеджмент організацій: Підручник / За заг. ред. Л. І. Федулової. - К.: Либідь, 2004. - 448 с.

Бондар Є.*

ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ І ПРАКТИКА ВИЗНАЧЕННЯ СУЧАСНИХ БАНКІВСЬКИХ РИЗИКІВ

Банківськими ризиками як об'єктом дослідження економічна наука займається давно. Без сумніву, чесність і акуратність щодо виконання кредитних зобов'язань мають великий вплив на зменшення ризиків. Необхідність порівнювати обліковий відсоток з величиною ризику в регулюванні банківської діяльності наголошувалися в економічних дослідженнях ще у XVIII-XIX ст. Проте, порівняння облікового відсотка з величиною ризику дуже рідко враховується, а тим часом немає нічого більш справедливого, як порівнювати обліковий відсоток з надійністю гарантії, і змусити господарюючих суб'єктів, що користуються кредитом, нести витрати, відповідні до величини тих втрат, які можуть виникнути внаслідок їх неспроможності.

У сучасних умовах нестійкості і кризисного стану фінансової системи увага до банківських ризиків величезна. Банки все частіше реалізовують усе більш ризиковані операції і угоди. Банківська діяльність відноситься до категорії економічної діяльності, де, безумовно, присутній ризик у взаєминах між суб'єктами. Разом з тим це ніскільки не означає, що ризик властивий виключно банківській діяльності. Несприятливі події можуть виникнути при здійсненні самих різних економічних операцій. Ці несприятливі події, однак, не є обов'язковим атрибутом самих економічних стосунків, у тому числі банківських операцій. Банківський ризик – це не іманентно притаманна банку властивість, не стільки неминучість негативного ходу подій, скільки діяльність, яка може привести до досягнення негативного результату.

При всій важливості банківських ризиків тлумачення їх сутності до цих пір виявляється дискусійним. Проте, не дивлячись на різноманіття представлених у науковій літературі визначень сутності банківського ризику, проглядається прагнення авторів зв'язати його розуміння як деякої невизначеності, небезпеки непередбаченої обставини, можливості понесення збитків, недоотримання доходу, як ймовірність виникнення збитків або недоотримання доходів в порівнянні з передбачуваними прогнозами. Природно, перераховані характеристики в тій або іншій мірі пов'язані з банківськими ризиками, проте, на нашу думку, не виражають при цьому його специфіку.

Ризик позичальника є у відомому сенсі необхідними суспільними витратами, хоча вони і піддаються зниженню, як за допомогою взаємного вирівнювання ризику, так і шляхом підвищення точності прогнозування. Ризик кредитора є чистим додаванням до вартості інвестицій, яке можна було б уникнути, якби кредитор і позичальник виступали як одна особа. Крім того, тут виникає часткове дублювання підприємницького ризику, оцінка якого двічі додається до чистої норми відсотка при визначенні величини мінімального очікуваного доходу, достатнього для прийняття рішення інвестувати. Цьому збільшенню частки ризику, до цих пір не надавалося особливого значення, але воно може виявитися

* здобувач кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: доц. Мазуренко В.П.

© Бондар Є., 2012

важливим при певних обставинах. В період економічного зростання загальнопоширена оцінка ступеня ризику з боку, як позичальника, так і кредитора має тенденцію ставати нерозсудливо низькою.

Якщо інвестиції представляються ризикованими, позичальник прагнутиме збільшити різницю між очікуваним доходом і нормою прийнятного для нього позикового відсотка. З тієї ж самої причини кредитор прагнутиме до збільшення ставки відсотка над чистою нормою відсотка, аби йому було вигідно позичати гроші (за винятком тих випадків, коли фінансовий стан позичальника представляється настільки міцним, що він спроможний запропонувати більш надійне забезпечення). Надія на вельми сприятливий результат, яка якось врівноважує ризик з точки зору позичальника, не може служити втіхою для кредитора.

Банківський бізнес має низку особливостей, що дозволяє говорити про специфічні банківські ризики. По-перше, позиковий капітал в руках його власника не функціонує, не вкладається у виробництво, власник віддає його у суду. По-друге, позиковий капітал є капітал як товар. По-третє, позиковий капітал має особливу форму руху. По-четверте, позиковий капітал має специфічну форму відчуження. По-п'яте, у русі позикового капіталу – Д-Д' не видно ніяких посередних ланок між наданням капіталу в позику і поверненням його з приростом (відсотком). По-шосте, позиковий капітал – не те що не працює, але навіть не виконує ніяких функцій з керівництва і управління виробництвом. По-сьоме, сукупний попит на гроші, що відповідає спекулятивному мотиву, зазвичай гнучко реагує на поступові зміни норми відсотка.

Таким чином, банківська діяльність, в процесі якої банком здійснюється обслуговування клієнтів, тісно пов'язана з ризиками товаровиробників. Специфіка банківського капіталу полягає в тому, що будучи часткою промислового і торгового капіталу, яка за своєю природою відокремилася, він є переважно позиковим капіталом, запозиченим на тимчасовій основі. Повернення банківського капіталу, наприклад, при кредитуванні, досягається як за рахунок завершення кругообігу коштів в господарстві позичальника, так і на стадії передачі вивільнених коштів з господарства одержувача позики до банку-кредитора. З одного боку, банк ризикує разом з клієнтом, з іншого – як самостійний суб'єкт, що передає ресурси у тимчасове користування, яке не належать йому на правах власності. Ризик, який банки беруть на себе, практично подвоюється.

Отже, банківський ризик тісно пов'язаний з сутністю банківської діяльності і є невизначеністю, пов'язаною з можливістю виникнення в ході господарської діяльності несприятливих ситуацій, наслідком яких є понесення збитків або зниження ефективності функціонування господарюючого суб'єкта, він відображує як процес виробництва, так і обіг суспільного продукту, виявляється і у сфері обміну і в платіжному обігу.

Головко А.*

СОЦІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК КАТАЛІЗАТОР РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ СУСПІЛЬСТВА

Соціальні питання не є новими та незрозумілими навіть для пересічного громадянина, адже проблеми голоду, бідності, злочинності, забруднення навколишнього середовища - та десятки інших, турбують людство протягом тисячоліть. Змінювалися покоління, вдосконалювалися технології та законодавства, еволюціонував аналіз та дискурс сприйняття соціальних проблем, проте їх усвідомлення та шляхи пошуку їх вирішення завжди являли собою одне з наріжних питань розвитку суспільства.

В останні роки проблема розв'язання соціальних проблем все більше привертає увагу дослідників, управлінців та громадських діячів, стає темою для міжнародних дебатів та широких дискусій. Серед причин стрімко зростаючого ажіотажу навколо даного питання можна виділити наступні:

- поглиблення глобалізаційних процесів та переважно соціальний характер їх наслідків;
- неспроможність держав повною мірою контролювати процес вирішення соціальних проблем через постійно зростаючу швидкість переміщення ідей, товарів, грошових потоків та людського капіталу;
- дедалі активніша участь бізнесу у соціальному житті суспільства, підкріплена його мобільністю та конкурентними мотивами.

При цьому, для подальшого розгляду питання, варто підкреслити, що вирішення соціальних проблем можливе тільки за колективних зусиль, і, в той же час, ключовим адресатом та споживачем будь-яких зусиль, що мають соціальну спрямованість, є конкретний індивід.

З іншого боку, зростаюча роль бізнес-спільноти та триваюче посилення конкуренції між транснаціональними компаніями за право домінування на світових ринках вимагає, по-перше, пошуку нових шляхів впливу на свідомість конкретного споживача та, по-друге, укріплення нових функцій компаній як міжнародних акторів, в тому числі і функцій соціального кола.

За даних обставин, стрімко набирає обертів поняття соціального маркетингу, як дієвого інструменту на шляху плідної взаємодії бізнесу та суспільства. У науковій літературі існують різні погляди щодо сутності соціального маркетингу. Звернемося до еволюції визначення цього поняття:

- 1971 - розробка, реалізація і контроль за виконанням програм, що спрямовані на підвищення рівня сприйняття громадськістю соціальних ідей, та включають процес планування продукції, ціноутворення, комунікацію, розподіл, маркетингові дослідження [4];
- 1995 - застосування технологій комерційного маркетингу для аналізу, планування, реалізації і оцінки програм, спрямованих на зміну поведінки цільової аудиторії, з метою поліпшення благополуччя як окремої людини, так і усього співтовариства [2];

* Аспірантка кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: професор Кредісов А.І.

© Головко А., 2012

- 2002 - застосування маркетингових принципів та технік з метою здійснення впливу на цільову аудиторію і, як наслідок, добровільним прийняттям, зміною або запереченням нею певних проявів поведінки задля отримання переваг індивідуумами, групами або суспільством в цілому [1];
- 2006 - систематичне застосування маркетингу, разом із іншими концепціями та техніками, з метою досягнення специфічних поведінкових цілей задля суспільного добробуту [6].

У підсумку, сталою характеристикою соціального маркетингу завжди була діяльність, що спрямована на зміну соціальної поведінки, з метою благополуччя цільової аудиторії, а не отримання прибутку. При цьому, саме цей інструмент все надійніше займає нішу посередника між бізнесом та суспільством як засіб ефективного соціального впливу. Про це свідчать:

1) чисельні приклади успішних акцій соціальної спрямованості, ініційованих бізнес-товариством;
2) схвалення подібної діяльності з боку держав, що проявляється, зокрема, у зниженні податків для соціально-активних компаній [5];
3) отримання переваг перед споживачами, адже, згідно опитувань, дві третини європейських/американських споживачів радше придбали б товари у компанії, продукт якої асоціюється з «доброю справою» (good cause) [3].

Отже, впровадження концепції соціального маркетингу є вигідною сьогодні як комерційного (бізнесового), так і некомерційного (державного, суспільного) сектору економіки. Застосування цієї концепції є перспективною для вітчизняних компаній і в майбутньому, як показує практика розвинених країн, вона може стати ядром бізнесу, навколо якого формується його стабільність, імідж та репутація.

Література

1. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии. М., 2001.
2. Andreasen A. Marketing social change. San Francisco: Jossey-Bass. 1995
3. Cone C. Cause branding in the 21st century// www.psaresearch.com/causebranding.html
4. Kotler P., Zaltman G. Social Marketing: An Approach to Planned Social Change // Journal of Marketing. 1971, July. P. 3 12.
5. Інтернет-портал організації «Міжнародний соціально-економічний фонд Ідея» //КСО льготирует прибыль // www.sefi.by/?p=591
6. Інтернет-портал організації «National Social Marketing Centre» // www.thensmc.com/content/what-social-marketing-0

Козловський К.*

ІНВЕСТИЦІЇ У ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ОДИН ІЗ ВИЗНАЧАЛЬНИХ ЧИННИКІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ АВІАКОМПАНІЙ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Велика кількість авіакомпаній не розглядає підготовку кадрів як завдання першочергового характеру, проте така позиція може мати негативні наслідки як з точки зору отримання короткострокових прибутків, так і довгострокової перспективи. Першою причиною того, що підготовці кадрів не приділяється достатньо уваги, полягає в тому, що менеджмент авіакомпанії розглядає її як додаткові витрати, а не як інвестицію. Це обумовлено тим, що в більшості країн підготовка та розвиток кадрів не націлені на принесення чітко визначених результатів для авіакомпанії. Таким чином, розповсюдженою є ситуація, коли керівники направляють свій персонал на курси підвищення кваліфікації, що обираються інстиктивно без усвідомлення бажаного кінцевого результату. З іншого боку, без можливоті емпірично надати оцінку результатам, складно розглядати підготовку кадрів в іншому руслі ніж витрати авіакомпанії.

З метою підвищення економічної ефективності авіакомпанії необхідно виробити розуміння природи перепідготовки кадрів, як прямої інвестиції в людський капітал.

Інвестиції в людський капітал являють собою будь-які дії, що підвищують професійну кваліфікацію та продуктивні здібності людини і тим самим продуктивність її праці. Витрати, що сприяють підвищенню людської продуктивності, можна розглядати як інвестиції, оскільки поточні витрати здійснюються з тим розрахунком, що їх буде багаторазово компенсовано дедалі значнішим потоком доходів у майбутньому.

Інвестиції в людський капітал бувають різних видів. Передусім це, звичайно, витрати на освіту, включаючи загальну та спеціальну, формальну та неформальну освіту, підготовку за місцем роботи і т. ін. Вони є найочевиднішим, найпоширенішим і, напевно, найважливішим видом інвестицій у людський капітал. Освіта формує працівників, які стають кваліфікованішими і продуктивнішими. Витрати на охорону здоров'я мають також велике значення. Нарешті, витрати на мобільність, завдяки яким працівники мігрують з місць відносно низької продуктивності праці в місця з відносно високою продуктивністю, збільшуючи тим самим результати використання свого людського капіталу. Крім названих вище, відповідно до основних активів людського капіталу, до інвестицій відносять також витрати на пошук економічно значимої інформації, вкладення в майбутній людський капітал та ін.

Отже, всі види витрат, які можна оцінити в грошовій або іншій формі і які сприяють зростанню в майбутньому продуктивності та заробітків працівника, розглядаються як інвестиції в людський капітал [1].

Ключове значення у програмі перепідготовки кадрів відіграє аналіз динаміки процесу з метою усвідомлення його кінцевих результатів. Необхідно надати оцінку майбутнім змі-

* здобувач кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: професор Ступницький О.І.

© Козловський К., 2012

нам в рамках авіакомпанії, включаючи поведінку і показники продуктивності працівників після проходження перепідготовки. Таким чином, основна увага приділяється не кінцевому продукту авіакомпанії, а ключовим внутрішнім процесам. Під час проведення такого аналізу необхідно виокремити сильні та слабкі сторони авіакомпанії, а також виявити системні недоліки, які при належному підході покажуть позитивну динаміку у довгостроковій перспективі.

Звичайною практикою у багатьох авіакомпаніях є дії, направлені на підвищення ефективності супервайзорів, з огляду на те, що велика кількість персоналу мають гарні технічні навички, проте не здатна ефективно виконувати функції організації, що не дозволяє їх підлеглим показувати максимальні результати.

Наступний етап полягає у визначенні динаміки процесу перепідготовки кадрів в масштабах окремої авіакомпанії. В умовах сучасної економіки авіакомпанія не може бути успішною без приділення належної уваги питанням підвищення професійного рівня працівників. Аналізуючи останні тенденції динамічного ринку авіаперевезень, можна прийти до висновку, що бізнес у цій сфері зростає лише у тому випадку, коли зростає професійність залученого в ньому персоналу.

Третій етап включає інвестування у людський капітал з метою отримання результатів у довгостроковій перспективі. Віддача від інвестицій залежить безпосередньо від терміну використання людського капіталу, тобто визначається часом, що залишився до закінчення працездатного періоду життя людини. Чим раніше зроблено інвестиції в людину, тим довше, за інших рівних умов, вони даватимуть віддачу. Але слід враховувати, що якісніші та триваліші інвестиції приносять, як правило, більший і триваліший ефект.

Якщо провести порівняння з інвестуванням в інші сфери, включаючи інші форми капіталу, інвестиції в людський капітал, на думку економістів, є найефективнішими як з точки зору окремого працівника, так і авіакомпанії в цілому. Так, відповідно думці дослідника питань людського капіталу T. Paul Schultz, викладеній у праці HUMAN CAPITAL, SCHOOLING AND HEALTH RETURNS "Навчання сприяє підвищенню продуктивності працівників у більшості країн, проте невідомим залишається момент, коли підвищення кваліфікації набуло вирішального значення" [5].

Характер, масштаби і види інвестицій у людину зумовлені історичними, національними, культурними особливостями та традиціями суспільства, менталітетом народу. Наприклад, рівень освіти і вибір професії дітьми значною мірою залежать від сімейних традицій, професії та рівня освіти їхніх батьків.

Є особливості також у фізичному та моральному зношуванні людського капіталу. Воно визначається, по-перше, мірою природного старіння (фізичного зношування) людського організму та притаманних йому психофізіологічних функцій, а по-друге, мірою економічного старіння (морального зношування) внаслідок застарівання знань чи відносного зменшення цінності здобутої колись освіти.

Особливістю людського капіталу є те, що у процесі використання він не лише зношується, а й збагачується за рахунок надбання людиною професійного досвіду навіть без спеціальних інвестицій. Тому зношування людського капіталу відбувається (у разі правильного його використання) значно повільніше порівняно з фізичним капіталом. Якщо ж у процесі використання людського капіталу постійно робляться додаткові інвестиції у безперервну освіту, здоров'я тощо, то його якісні й кількісні характеристики (обсяг, цінність, якість) можуть поліпшуватися протягом майже всього життя людини. Інвестиційний період фізичного капіталу (у середньому 1,5—2 роки) значно коротший порівняно з людським капіталом. Наприклад, інвестиційний період такої форми вкладень у людину, як освіта, тобто тривалість навчання, може сягати 12—20 років [1].

Література

1. Васильченко В. С., Гриненко А. М., Грішнова О. А., Керб Л. П. Управління трудовим потенціалом. - Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2005. — 403 с.
2. Грушак З.М. Підвищення конкурентоспроможності авіакомпаній України на міжнародному ринку // Економіка. Фінанси. Право : Проблемні питання: коментарі та поради. Інформаційно-аналітичний бюлетень. / АФ «Аналітик»; Академія муніципального управління. – Київ, 2007. – № 2. – С. 10-13.
3. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процентов и денег / Дж. М. Кейнс; перевод с англ. Н.И. Любимова; под ред. Л.П. Куракова. – М.: Гелиос-АРВ, 2002. – 351 с.
4. Петроченко Д. И. Ассоциация деловой авиации //Бизнес авиация. – 2005. - № 9. – с. 40-44., с.43.
5. Schultz, T.P., 2003. Human capital, schooling and health returns», Yale - Economic Growth Center, 22p., c.18

Конотоп Г.*

СУЧАСНИЙ СТАН ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ

Характеризуючи сучасний стан інвестицій в Україні, слід зазначити, що Україна не здобула вагомих досягнень в даній сфері. При розрахунку індексу глобальної конкурентоспроможності України, беручи до уваги розвиток таких економічних параметрів, як інституції, інфраструктура, макроекономіка, охорона здоров'я, освіта, ефективність ринків, технологічне оснащення, бізнесове середовище та інноваційну сферу, наша держава, згідно з оцінкою Всесвітнього економічного форуму, що міститься у «Глобальному звіті про конкурентоспроможність 2009—2010», знизилась з 82-ї до 89-ї позиції із 139 країни світу. Серед країн СНД позаду залишились лише Грузія (93 місце) та Вірменія (98 місце). Аналіз рейтингу України у ГІК 2010/2011 за складовими показує, що Україна втратила свої позиції майже за всіма субіндексами. [5]

Покращення рейтингу відмічено лише за двома субіндексами: інфраструктура та охорона здоров'я й початкова освіта, які, як і у попередньому Звіті, залишились в сфері потенційних загроз для конкурентоспроможності країни. На покращення рейтингу зазначених субіндексів позитивно вплинули відповідні конкурентні переваги: розширення ринку мобільного зв'язку, покращення якості загальної інфраструктури, насамперед, залізничної та зменшення показника дитячої смертності, а також забезпечення достатнього рівня якості початкової освіти. [5]

На сьогоднішній час Україна й далі перебуває у зоні високого ризику для іноземних інвесторів. Про це, зокрема, свідчить індекс інвестиційних ризиків Political Risk Atlas 2011, оприлюднений британською компанією Maplecroft. Згідно з цим документом, у 2010-му Україна погіршила свою інвестиційну привабливість порівняно з 2009-м, перемістившись з 62-го на 74-е місце, і таким чином посіла місце між Буркіна-Фасо (73 місце) і Республікою Східний Тимор (75 місце). Основними причинами зниження показників інвестиційного клімату в Україні, на думку дослідників, стали погіршення корпоративного управління і макроекономічної стабільності, недотримання прав людини, а також критичне падіння рівня освіти, що впливає на реальний стан бізнес-клімату, який залишається для більшості іноземних інвесторів украй несприятливим.[7]

До позитивних зрушень іноземні експерти відносять зростання політичної стабільності, підвищення стресостійкості громадян, а також зниження рівня терористичної небезпеки. Крім того, на думку Світового банку, у 2011 році триватиме відновлення економіки України, однак його темпи будуть вкрай повільними – вдвічі нижчими, ніж до кризи, і значно повільнішими порівняно з іншими країнами, чия економіка постраждала такою ж мірою.

Слід зазначити, що Україна є інвестиційно-привабливою для іноземних інвесторів але через ряд ризиків обсяги інвестування у вітчизняну економіку на даний момент не є значними, хоча їх величина зростає кожного року. У світовому потоці прямих іноземних

* аспірант кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: доц. Расшивалов Д.П.

© Конотоп Г., 2012

інвестицій на українську економіку припадає менше 1%. Незначний потік прямих іноземних інвестицій можна пояснити тим, що серед європейських постсоціалістичних країн Україна сприймається як країна з найбільшим ризиком. За оцінкою Європейського центру досліджень, підприємницький ризик інвестицій в Україну складає 80 %. Так обсяг прямих іноземних інвестицій в Україну у 2010 році зріс на 26,4% і на 1 січня 2011 року становив 50607,3 млн. дол. Приріст сукупного обсягу іноземного капіталу в економіці країни, з урахуванням його переоцінки, утрат, курсової різниці тощо, за 2010р. становив 4 655,0 млн. дол. Найбільші обсяги інвестицій на 1 січня року було зафіксовано на промислових підприємствах – 14 042,6 млн. дол., у фінансових установах – 15 059,5 млн дол., на підприємствах торгівлі, ремонту автомобілів, побутових виробів і предметів особистого споживання – 4 764,5 млн. дол., в організаціях, які здійснюють операції з нерухомістю, інжиніринг і надають послуги підприємцям – 4 754,1 млн. дол. Інвестиції надійшли зі 125 країн світу. До десятки основних країн-інвесторів, на які припадає понад 82% загального обсягу прямих інвестицій, входять: Кіпр – 9 млрд. 914,6 млн. дол., Німеччина – 7 млрд. 076,9 млн. дол., Нідерланди – 4 млрд. 707,8 млн. дол., Російська Федерація – 3 млрд. 402,8 млн. дол., Австрія – 2 млрд. 658,2 млн. дол., Франція – 2 млрд. 367,1 млн. дол., Сполучене Королівство – 2 млрд. 298,8 млн. дол., Швеція – 1 млрд. 729,9 млн. дол., Британські Віргінські Острови, - 1 млрд. 460,8 млн. дол. та Сполучені Штати Америки – 1 млрд. 192,4 млн. дол. [2].

Що стосується прямих іноземних інвестицій в економіку України, то Україна відіграє роль претендента у Центральній та Східній Європі. Із 2006 до 2010 року Україна займала 10-е місце як за кількістю інвестиційних проектів (178), так і за кількістю створених робочих місць (7 487). У 2010 році Україна не покращила своє становище з огляду на ПІІ: країна залучила 31 проект ПІІ і створила 1 150 робочих місць. Фактично, загальна вартість надходжень ПІІ в 2010 році скоротилася на 9% до 4,15 млрд. дол. США. [3, с. 5]

Нині іноземні інвестиції є важливою умовою здійснення структурної перебудови національної економіки, забезпечення технічного прогресу, покращення показників господарської діяльності підприємства. Вони можуть допомогти національній економіці гідно подолати наслідки економічної кризи, а вітчизняним підприємствам - не тільки вийти з кризового стану, а й здобути конкурентні переваги. За допомогою іноземних інвестицій Україна зможе вирішити ряд завдань, а саме: технологічне оновлення виробництва, виробництво товарів широкого вжитку, подолання залежності країни від імпорту. Тому для подальшого розвитку вітчизняної економіки загалом, і окремих її територій чи підприємств потрібно розробити ефективні стратегії залучення іноземного капіталу.

Література

1. Андрющенко А. М., Бурляй А. П. - Економічна теорія: Навч. посіб. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 520 с.
2. База даних Державного комітету статистики України. – Посилання: http://www.ukrstat.gov.ua
3. Звіт про прямі іноземні інвестиції в Україну за 2011 рік компанії Ernst&Young – Посилання: http://www.ey.mobi/Publication/vwLUAssets/Ukraine-FDI-Report-2011-Ukr/$FILE/Ukraine-FDI-Report-2011-Ukr.pdf
4. Інвестування: Підручник / В.М. Гриньова, В.О. Коюда, Т.І. Лепейко, О.П. Коюда. — К.: Знання, 2008. — 452 с.
5. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України – Посилання: http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=151372&cat_id=98907

6. Яворський О. А. Залучення іноземних інвестицій як один з пріоритетних напрямків державної економічної політики / О. А. Яворський [Електронний ресурс] – Посилання: http://old.niss.gov.ua/Table/Stol15/006.htm
7. Political Risk Atlas 2011 by Maplecroft – Посилання: http://maplecroft.com/about/news/pra_2011.html

Курчина Т. *

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Беззаперечним є той факт, що сьогодні ми живемо в епоху колосальних змін. Завершився дуже довгий процес інтернаціоналзації, який з одного боку , привів до єдиної світової системи, до єдиного інформаційного простору, а з іншого боку поставив нову проблему: як співіснувати у цій ситуації та які критерії її ефективності. Цілком нового якісного забарвлення набувають фундаментальні поняття, такі як гроші й їхні функції, еквівалент і його транформація, світовий дохід та умови його формування і перерозподілу,світовий ринок, міжнародний бізес тощо.

Соціально-економічні перетворення в Україні, глобалізація та інтеграція відбуваються досить швидко, а міжнародні економічні зв'язки охопили практично всі країни планети і кожна з них в більшій чи меншій мірі залежить від міжнародного бізнесу. Однією із найважливіших ознак глобалізації є кардинальні перетворення саме в інформаційній сфері. Оцінки світового інформаційного ринку, зроблені Міжнародним союзом зв'язку, дають підстави припустити, що він зростає швидше, ніж економіка загалом.

В умовах глобалізації для людства відкриваються не тільки нові, раніше небачені можливості розвитку і якісного росту, але і нові загрози.

Швидкозмінні процеси ринкового середовища, що зумовлено розвитком нових інформаційних систем примушує представників господарського сектору використовувати нові підходи до прийняття рішень. Адже запобігання небезпечному становищу підприємства можна досягти шляхом прогнозування та попередження загроз та ризиків. Трансформаційні процеси в економіці означають зміну інституційних основ функціонування господарської системи, оскільки змінюються правила і норми економічної поведінки людей, їх пріоритети і цінності. А входження України в інтернаціональний бізнес робить нагальною потребою підприємців і ділових людей переходити до нової стадії розвитку-інтелектуальної. При цьому формується нова економіка на основі знань. Бізнес вже не може ефективно функціонувати, не спираючись на знання.

Зростають обсяг та значення знання, що водночас спричинило зростання інформаційних потоків:

Знання-інформація-інтелект-інформація-нові знання.

В економіці складається ситуація, коли системний характер прийняття рішень стає домінуючим, оскільки зростає потреба в серйозній інтелектуальній підтримці влади і бізнесу.

Таким чином інформація як особливий вид ресурсів стає особливим видом продукту з притаманними йому властивостями товару. Як любий товар інформація може покупатись і продавтись. Тому однією із властивостей інформації як товару є її ціна. Ціна інформації в бізнесі визначається збитками або навпаки доходом, який може бути отриманий в результаті отримання комерційної інформації.

---

* здобувач кафедри міжнародної інформації Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

© Курчина Т., 2012

В останні десятиліття США відкрито заявляють, що частина їх розвідувальної діяльності стосується економіки.

При цьому використовується широкий спектр інструментів — прямий підкуп, шпіонаж , демпінг (дискримінації ціни), розповсюдження чуток (дезінформація) та інші незаконні способи отримання інформації, що становить конфіденційний інтерес і комерційну цінність.

До засобів отримання інформації входять: спеціальні пошукові комп'ютерні програми, журнали, засоби масової інформації, виставки, конференції, інформація рекламного характеру та інші засоби збору інформації.

Для цього залучаються висококваліфіковані працівники маючі певну освіту з фінансово-економічної безпеки, знання в області економіки бізнесу, мати навички маркетингового аналізу, економічної статистики, соціології, математичних методів економічного аналізу і моделювання ризиків, логістики, мати знання інформаційних спеціалізованих технологій для проведення контент-аналізу і роботи з системами управління базами даних, інтернет-технологій, методів штучного інтелекту та інших дисциплін аналітичного характеру, мати навики оперативної роботи, та визначати не помітні на перший погляд фактори загроз та небезпек, що стоять за зовнішніми обставинами, проводити прогнозування розвитку процесів і явищ, оцінювати ступінь ризиків та ймовірних загроз, успішно застосовувати технології конкурентної розвідки в правовому полі.

Результати їх глибокої аналітичної роботи дозволяють з високою оптимальністю виявляти справжні причини загроз та небезпек в умовах теперішнього сьогодення.

Не менш небезпечні тенденції в галузі інформаційної безпеки за останні роки спостерігаються на внутрішньому українському ринку. Останнім часом збільшилося число протиправних посягань на конфіденційну інформацію, що належить комерційним організаціям.

У випадку з Україною основним напрямком є отримання технічних «ноу-хау» для попередження відставання власної промисловості без витрат на науково-дослідні роботи і розробки без купівлі патентів и ліцензій. В даному випадку мова іде про отримання технічної документації та інформації про виробництво продукції , з метою виготовлення власних більш дешевих копій і виходу з ними на світові ринки.

Питання визначення поняття інформаційного простору залишається до певної міри дискусійним. Це поняття інформаційного простору держави нерозривно пов'язане з поняттям інформаційного суверенітету. У науковій літературі ряд авторів, зокрема В. Іванов, визначають інформаційний суверенітет України як виключне право відповідно до Конституції і законодавства України, норм міжнародного права самостійно й незалежно, з дотриманням балансу інтересів особи, суспільства й держави визначати та здійснювати внутрішні й геополітичні національні інтереси в інформаційній сфері; державну внутрішню і зовнішню інформаційну політику; розпоряджатися власними інформаційними ресурсами; формувати інфраструктуру національного інформаційного простору; створювати умови для його інтеграції у світовий інформаційний простір і гарантувати інформаційну безпеку держави [1, с.27].

На думку Г. Гордієнка, метою формування й розвитку інформаційного простору України є:

- забезпечення прав громадян на інформацію згідно з вимогами Конституції України;
- створення й підтримка необхідного для стійкого розвитку суспільства рівня інформаційного потенціалу;
- підвищення узгодженості рішень, які прийняті центральними органами державної влади, обласними державними адміністраціями та органами місцевого самоврядування;

• підвищення рівня правосвідомості громадян шляхом надання їм вільного доступу до правових і нормативних документів, що визначають їхні права, обов'язки й можливості;

• надання можливості контролю з боку громадян і громадських організацій за діяльністю центральних і місцевих органів державної влади і органів місцевого самоврядування;

• підвищення ділової і суспільної активності громадян шляхом надання рівної з державними структурами можливості користуватися відкритою науково-технічною, соціально-економічною, суспільно-політичною інформацією, а також інформаційними фондами сфер освіти, культури тощо;

• інтеграція до світового інформаційного простору [2, с.65].

Як зазначає О. Зернецька, У сфері трансграничної комунікації переважно застосовуються принципи «вільного ринку»: дані, що пересилаються, характеризуються як «товар» [3, с.132]. Проте в останні десятиліття XX ст. намітилася тенденція характеризувати таку інформацію як «міжнародний ресурс». Країни, що розвиваються, пропонують закріпити не лише за інформацією, а й інформатикою статус «соціального блага» [4, с.132]. Розробка нових принципів у цій сфері могла б стати найважливішим внеском у створення нового комплексу правових норм. Імовірність порушення принципів поваги державного суверенітету і невтручання у внутрішні справи держав при широких міжнародних обмінах інформацією зумовлює необхідність застосування до інформатики норм міжнародного публічного права. Це дасть змогу поставити її під контроль міжнародного права і тим самим забезпечити дотримання принципу державного суверенітету, а також створить можливість для країн, що розвиваються, якнайповніше реалізувати свої законні права, діставши доступ до необхідної інформації. Як зазначає Г. Сабадаш, у науковій літературі тривалий час ведеться мова про необхідність створення єдиного міжнародно-правового документа, який регламентував би трансграничні обміни інформацією в комп'ютерних мережах. Пропонувалося також включити це питання в спектр проблем установлення нового міжнародного інформаційного порядку та створити в рамках ООН єдиний спеціалізований орган, який працював би над міжнародно-правовими аспектами інформатики, що, у свою чергу, могло б забезпечити єдність принципового підходу до вирішення поставлених проблем [5].

Сучасна демократична держава має три основні важелі впливу на власний інформаційний простір:

• безпосередній – вироблення інформаційного продукту державними джерелами інформації.

• ринковий – застосування ринкових інтервенцій в інформаційному просторі.

• адміністративний – адміністративно-правове регулювання продукування та імпорту інформації в національному інформаційному просторі [6].

Належність ІП певній державі визначається за цілим рядом ознак, серед яких, зокрема, мова, суспільна свідомість, право власності на основні складові ІП.

До основних компонентів інформаційного простору належать [7, с.32]:

• інформаційні ресурси;

• засоби інформаційної взаємодії;

• інформаційна інфраструктура.

Сьогодні жодна держава технічно не в змозі ізолювати свій інформаційний простір від надходження інформації ззовні. І навпаки, розмаїття каналів зв'язку ускладнює запобігання витоку за межі країни небажаної для держави інформації (від державної таємниці

до подробиць здійснення політики, укладання ділових і політичних угод тощо). Широкий доступ усіх верств населення до засобів поширення інформації здатен також якісно змінити відносини в самому суспільстві. Оскільки така «масова» інформація (від преси, радіо і телебачення, кіно, Інтернету, закладів культури тощо) надходить постійно, стосується всіх значущих подій, апелює до цінностей (або й пропонує нові), враховує (аби бути донесеною до користувача) психологічні особливості людини, зрештою, представляє певні моделі поведінки, – вона є вагомим фактором формування цінностей, світоглядних орієнтацій, уявлень про належну поведінку й спосіб мислення взагалі. Вплив чиниться як через зміст інформації, так і через її форму (мову, форму подання, стиль викладення, апеляцію до значущих фактів і подій тощо). Увесь цей комплекс впливів творить те, що можна назвати спільним змістовим або ментальним простором суспільства – системою вірувань, світоглядних настанов, мовних конструкцій, стереотипів, способів пов'язання форми (знаку) і змісту та інших інтерсуб'єктивних категорій, що визначають особливості мислення і комунікації в певному суспільстві [8, с.45].

Інформаційний ринок відрізняється від інших ринкових формувань, де домінують традиційна промисловість і сфера послуг, тим, що інформація, знання, інформаційні послуги та всі галузі, пов'язані з їхнім виробництвом (телекомунікаційна, комп'ютерна, телевізійна), зростають швидшими темпами, є джерелом нових робочих місць і стають домінуючими в економічному розвитку. Для того, щоб оцінити цей процес кількісно, необхідно мати відповідні статистичні дані. Однак тут спостерігаються серйозні труднощі, оскільки статистична система інерційна і вводить нові показники вимірів з неминучим запізненням.

З цих причин економічний вплив інформаційного ринку важко виміряти. Зі статистичної точки зору основні галузі, задіяні у процесі обробки та поширення інформації: телекомунікації, масове радіомовлення і комп'ютинг, традиційно аналізувалися окремо. Це створює труднощі для національної та міжнародної статистики в оцінюванні ситуації у цій сфері. У статистичних звітах для інформаційного суспільства немає відповідних показників.

Оцінки світового інформаційного ринку, зроблені Міжнародним союзом зв'язку, дають підстави припустити, що він зростає швидше, ніж економіка загалом [81]. Крім цього, інформаційний ринок не піддається впливу економічних спадів. Він охоплює виробництво телекомунікаційних і комп'ютерних послуг та устаткування, програмного забезпечення, теле– і радіомовлення й устаткування, а також аудіовізуальних розваг.

Глобалізація спричинила появу ряду нових моментів в економічній та соціальній архітектурі світу. Сформувалася гігантська наднаціональна світова геоекономічна популяція, що функціонує як єдиний цілісний економічний механізм зі своїми інституціональними і правовими системами, рухомими «блукаючими» економічними межами, змінюючи якісно традиційну економічну картину й уяву про класичну раціональну економіку.

Процесу глобалізації передують бурхливе зростання промислового виробництва та забезпечення масового споживання, зростання масштабів виробництва і, як наслідок, формування індустріального суспільства, характерними ознаками якого є використання систем машин та машинних технологій, поглиблення і розширення кооперації праці, а також спеціалізація виробництва. Мета такого виробництва полягає у максимізації прибутку. Під впливом науково-технічного прогресу індустріальне суспільство трансформується у постіндустріальне, в якому посилюється взаємозалежність економік різних країн, формується новий інформаційний ринок на основі розвитку комп'ютерної техніки, супутни-

кового зв'язку і телекомунікацій. Інформаційний ринок стає тією сферою діяльності людини, яка формує нові підходи до відтворювального процесу й економічної діяльності, руйнуючи межі національних економік.

Розвиток тенденцій глобалізації, зумовленої науково-технічною та інформаційною революцією, створив передумови для формування якісно нового світового інноваційного ринку, базовою інфраструктурою якого є всесвітня інформаційна мережа Інтернет, що дає змогу практично кожній фірмі знайти найбільш вигідних постачальників та покупців у будь-якій точці світу й організувати кооперування на основі конкурентних переваг будь-якого регіону планети.

Наявні економічні поняття, пристосовані до опису національної економіки, на початку XXI ст. вже не відображають ті новації, які стали сьогодні реаліями. Трансграничність пронизує сьогодні всю світову економіку. Так, у відтворювальній сфері з'явилося багато країн, що стали «країнами-системами», до складу яких входять величезні «чужі» господарські зони (території), при цьому межі таких «країн-систем» є рухомими. Для їхнього означення Е. Кочетов у своїй фундаментальній праці «Глобалістика» [9] вводить поняття «блукаючі інтернаціоналізовані відтворювальні ядра» або він їх ще називає світовими точками зростання, тобто зонами, ареалами господарської діяльності, де створюються умови для отримання світового доходу [9, с.79]. Блукаючі відтворювальні ядра – це світові інтернаціоналізовані відтворювальні утворення, які швидко переміщуються в ті точки світового геоекономічного простору, де створюються вигідні умови для вкладення капіталу з метою отримання світового доходу. У фінансовій сфері сформувалися потужні трансграничні фінансові потоки. В інформаційній сфері створено світову комп'ютерну мережу з величезною швидкістю передавання інформації.

Нестримна генерація найновіших знань та інноваційних проривних технологій потребує поля для своєї реалізації з тією метою, щоб отримати світовий дохід. Найбільший ефект від цього процесу одержується при впровадженні новацій в існуючі індустріальні і постіндустріальні інфраструктури, бо саме вони найбільше здатні сприймати такі новації й мають інвестиційні ресурси для цього. Проте новий рівень і масштабність інноваційних проектів потребують зрізу цілком життєздатних інфраструктур, «викорчовування» цілих промислових анклавів для того, щоб на «розчищеному» місці сформувати найновіші інфраструктури, які би забезпечували отримування стратегічних ефектів та світового доходу.

Державні інституції мають необхідні інструменти, щоб сприяти припливу світового доходу в певну країну і здійснюють це регулювання за допомогою субсидій на дослідження та розвиток. Проте субсидії можуть мати різний вплив на ту чи іншу фірму або інноваційний проект.

Субсидії на дослідження розвитку можуть мати як прямий, так й опосередкований вплив на діяльність фірми. Прямий вплив (ефект) виражається через збільшення сумарних витрат на дослідження та розвиток, утримуючи фінансування досліджень і розвитку незмінним. Непрямий ефект виражається через відповідність фінансових витрат компанії субсидіям на них. Якщо субсидії повністю заміщують власні витрати на дослідження і розвиток, то загальна продуктивність може бути нижчою. З іншого боку, якщо це стимулює власні витрати на розвиток і дослідження, то ефект від субсидій може бути величезний. Таким чином, розуміння співвідношення субсидій на розвиток та дослідження і фінансування самою компанією цієї діяльності необхідне для правильного оцінювання ролі субсидій на розвиток та дослідження для зростання виробництва.

Субсидії на дослідження і розвиток можуть розглядатися як пониження вартості певного проекту (собівартості проекту). Неприбутковий проект за рахунок субсидій може пе-

ретворитись на прибутковий, який зацікавить фірму, або пришвидшити завершення вже існуючого проекту. Якщо про субсидійований проект з дослідження й розвитку передбачає встановлення або оновлення дослідницького (лабораторного) обладнання, то в цьому разі постійні витрати інших поточних чи подальших дослідницьких проектів є нижчими, що дає змогу розпочати такі проекти. Знання та ноу-хау, здобуті у субсидійованому проекті, також можуть вважатися перевагою для успіху подальших проектів. Таким чином, субсидії досліджень та розвитку стимулюють поточні і майбутні витрати фірм на дослідження й розвиток.

Країни колишнього соціалістичного табору, залишаючись в індустріальній фазі цивілізованого розвитку, намагалися уникнути впливу глобальних процесів на свої економіки, тому їхній перехід до світової геофінансової системи сьогодні є складним: у них немає інституціональних атрибутів («своїх» транснаціоналізованих структур) і вони віддають свої господарські території для функціонування інших національних економік, які нарощують за їхній рахунок своє економічне поле, забираючи від них при цьому певну частку світового доходу [10, с.184].

Світове співтовариство сьогодні прямує до світогосподарської взаємодії на принципово новій основі, закладеній процесами глобалізації. Світ став сприйматися як єдиний, спільний, цілісний, тобто як глобальний. Найвідчутніше глобальність виявляється у світовій економічній сфері (світовій господарській системі). Завершився дуже довгий процес інтернаціоналізації, який, з одного боку, привів до єдиної світової економічної системи, до єдиного інформаційного простору, а з іншого – поставив чітку проблему: як співіснувати у цій ситуації та які критерії її ефективності. Економічна складова глобальних процесів, власне, перевернула всі сфери суспільного життя. Цілком нового якісного забарвлення набувають фундаментальні поняття, такі як: гроші й їхні функції, еквівалент і його трансформація, світовий дохід та умови його формування і перерозподілу, світовий ринок та ін.

Через це, доволі актуальною є проблема розробки таких високих геоекономічних технологій, які би давали змогу не тільки зберегти стійке функціонування суб'єктів світогосподарського спілкування (наднаціональних трансграничних суб'єктів, національних економік та їхніх господарських структур), й отримувати з цих потоків величезні стратегічні ефекти та світовий дохід [11, с.357]. Стратегічний ефект – категорія вищого порядку, ніж прибуток. Стратегічним ефектом для інформаційного суспільства може бути формування людини нового типу як творця. Саме такий підхід і породжує проблему вибору критеріїв ефективності функціонування інформаційного суспільства. Важливим показником ефективного формування творчого працівника інформаційного суспільства є використання доходів різних країн як частки світового доходу на забезпечення необхідного освітнього рівня всіх громадян у сфері інформаційних технологій і сприяння ефективному перерозподілу світового доходу на користь тих країн, які в результаті нерівномірності економічного розвитку мають проблеми із забезпеченням поінформованості свого населення.

Світовий дохід є показником світового виміру господарської діяльності, стратегічною мотивацією входження у світові відтворювальні цикли і, нарешті, важливим елементом взаємодії, що забезпечує функціонування всієї геоекономічної системи загалом. Економічний і фінансовий стан країни визначає та спеціалізація, яка випливає з певних світових відтворювальних обов'язків тієї чи іншої національної системи, котрими вона наділена світовим економічним співтовариством. Світовий дохід реалізується на економічних кордонах – стиках міжанклавного розподілу праці між різними світовими відтворювальними формами, таким чином товарне відтворення не зникає, воно переміщується з міжнародного розподілу праці на міжфірмове. Його учасники між собою

пов'язані трансфертними, умовно-розрахунковими цінами. Затрати кожного учасника таких ланцюгів не тільки заміщуються, а й дають змогу отримувати додатковий прибуток за рахунок перерозподілу світового доходу (якщо він є) або зазнавати додаткових збитків через його недостатній обсяг для покриття витрат.

Критерієм ефективності функціонування світової економіки в інформаційному суспільстві може слугувати і такий показник, як рівень інформатизації, який пропонуємо визначати через відношення обсягів угод у грошових одиницях до кількості зайнятих у цій сфері.

Існують оцінки, за якими в найближчі 10 років майже 90% бізнес-установ, що працюють на інформаційному ринку і не тільки на ньому, в економічно розвинутих країнах використовуватимуть у своїй діяльності Інтернет-технології, мережеві форми управління та електронні системи розрахунків. Отже, вони всі стануть учасниками мережевої економіки, а її особливості й можливості будуть мати для основної частини бізнесу великий вартісний інтерес [12].

Таким чином, компаніям, які бажають розвивати свій бізнес в умовах глобалізації та переходу до електронного суспільства, використовуючи потужність Інтернету для підвищення продуктивності, необхідно оцінити адекватність своїх намірів таким принципам:

- готовність фірми до «стискання» бізнес-процесів.
- спільна робота компанії з більшою кількістю партнерів, ніж раніше.
- швидкість реакції фірми на запити клієнтів.
- індивідуальне обслуговування клієнтів фірми.
- гнучкість фірми у підході до бізнесу [13, с.147].

«Стискання» бізнес-процесів – уникнення зайвих бізнес-процедур в усіх ланцюжках (від постачань до фінансових взаємодій) з метою створення прибуткового онлайн-проекту фірми.

Підприємства, які з успіхом функціонують в онлайновій економіці, намагаються позбутися зайвих бізнес-процедур. Часто акцент в обслуговуванні клієнтів і партнерів робиться не на серії послідовних взаємодій, а на їхньому паралельному проведенні, що дає змогу підприємству відпрацьовувати замовлення в реальному часі. Тому фірмам для роботи в режимі онлайн слід позбутися усіх зайвих процесів. У сучасних умовах глобалізації потрібно підтримувати відносини, які виходять за межі простих замовлень і розрахунків. Взаємодії компаній відбуваються у мережі динамічно, й на певний період виникають нові форми спільної роботи. Бізнес-установи працюють разом доти, доки їм це необхідно. Електронний інформаційний ринок створює умови для динамічного брокерства, що дасть змогу знаходити оптимальні рішення.

Динамічне брокерство – нова форма спільної роботи компаній на певний період здійснення електронного бізнесу, при якому відносини між компаніями виходять за межі простих замовлень і розрахунків [13, с.132].

За таких умов підприємствам для досягнення успіху потрібно:

а) створювати структуру нових динамічних партнерських відносин з торговельними компаніями;

б) налагоджувати партнерські зв'язки, що є найбільш правильними з точки зору загального зниження витрат;

в) формувати схему оперативної роботи з цими партнерами.

У мережевій економіці компанія має правильно оцінювати свої позиції в конкурентній боротьбі. Споживачі, покупці і партнери хочуть негайно одержувати відповіді на свої запитання в режимі онлайн. Підприємствам в умовах глобалізації потрібно використовувати бази даних з інформацією, здатною прискорити процеси взаємодії з клієнтом. З цією

метою у масштабі компанії реалізуються дії, спрямовані на стандартизацію вмісту цих баз даних, перевизначаються функції підрозділів для поліпшення управління відносинами з клієнтами. Тому компанії повинні мати відповідне апаратне, програмне і кадрове забезпечення, здатне підтримувати бізнес у реальному часі. Винятково важливою є інтеграція компонентів апаратно-програмних систем електронної взаємодії – баз даних, бізнес-процесів, інформаційного наповнення веб-сторінок тощо.

До споживачів і покупців, партнерів та співробітників потрібний індивідуальний підхід, тому підприємства намагаються краще обслуговувати клієнтів, створюючи індивідуальний ринок. Фіксовані ціни мають бути замінені на динамічні цінові моделі, більш характерні для умов нового ринку. Крім цього, www-система як інформаційне середовище дає змогу зробити інформацію продуктом, який мережеві підприємства можуть постачати своїм клієнтам у межах загальної бізнес-взаємодії. Ця інформація допомагає клієнтам краще управляти своїм бізнесом та надавати якісні послуги.

Динаміка будь-якого ринку формується під впливом безлічі факторів, однак найголовнішими з них є стратегічний і тактичний. Стратегічний фактор – це фактор довгострокової дії, що описується закономірністю формування цін. Тактичний фактор діє у короткостроковому періоді та відображає мінливість кон'юнктурних змін ринку.

Таким чином, резюмуючи сказане в підрорзділі, можна виділити такі закономірності розвитку інформаційного ринку в глобальному аспекті:

- поширення інформації та нових знань формує новий освітній і культурний потенціал суспільства;
- інформація як продукт має найвищу цінність при своїй актуальності;
- домінуючою стратегією розвитку суспільства стає ідея розвитку людського інтелекту та пріоритетність інвестицій у розвиток знань;
- відбувається зниження ролі матеріального виробництва і розвиток сектору послуг та інформації, формування іншого характеру людської діяльності, зміна типів ресурсів, що залучаються у виробництво, а також істотна модифікація традиційної соціальної структури;
- цифрова нерівність поглиблюється у доступі до соціальних, економічних, освітніх, культурних та інших можливостей через нерівний доступ до інформаційних комп'ютерних технологій;
- акцентуація вирішення проблеми усунення нерівностей має лежати в площині забезпечення не фактичної, а потенційної рівності в доступі до можливостей реалізації своїх потреб, рівень і якість яких визначається суб'єктом цих потреб;
- відбувається формування людини нового типу як творця;
- здійснюється пошук та вибір критеріїв ефективності функціонування інформаційного ринку;
- відбувається формування категорії «світового доходу».

На локальному рівні для розвитку інформаційного ринку характерні такі закономірності, як: розвиток мереж, розвиток мобільного зв'язку, витіснення фіксованого зв'язку мобільним, розвиток широкополосних каналів зв'язку, розвиток оптоволоконних, супутникових та безпровідних технологій, популяризація мобільного стилю життя, зношення та скорочення строків морального старіння техніки.

Література

1. Іванов В.Ф. Інформаційне законодавство: український та зарубіжний досвід / За наук. редакцією проф. А.З.Москаленка. – К.: Центр вільної преси, 1999. – 210 с.

2. Горбулін В. П., Качинський А. Б. Системно-концептуальні засади стратегії національної безпеки України: Моногр. – К.: ДП НВЦ "Євроатлантикінформ", 2007. – 592 с.
3. Зернецька О. В. Глобальні трансформації систем масової комунікації. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора політичних наук. Київ. – 2000. – 345 с.
4. Звіт Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення за 2009 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nrada.gov.ua/ua/zvitnainformacia/zvitnatsrady/1267707265.html
5. Різун В.В. Загальна характеристика масовоінформаційної діяльності / Київський ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. – Лекц. 1. – К, 2000. – 34 с.
6. Проект Доктрини інформаційної безпеки України (РНБО України) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.strateger.net/Doktrina_nacionalnoj_besopasnosti_Ukraini
7. Горбулін В. Безпека 2010 // Дзеркало тижня. – 2006. – 16 груд.
8. Радио и телевидение в условиях современного мира. По материалам иностранной печати // Компас. – 1998. – №31. – С. 67 – 84.
9. Карпенко В. Інформаційна політика та безпека / В. Карпенко. – К.: Нора-Друк, 2006. – 320 с.
10. Закон України "Про телебачення і радіомовлення" від 21 грудня 1993 р. № 3759-XII (зі змінами, внесеними Законами України від 28 лютого 1995 р. № 75/95) / Закони України. – К., 1996. – Т. 6. – С. 263-284.
11. Інформаційна довідка про правовий механізм запобігання обігу на території України друкованих видань, які порушують законодавство у сфері захисту суспільної моралі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.moral.gov.ua/news/214/
12. Бебик В.М., Сидоренко О.І. Засоби масової інформації посткомуністичної України. – К., 1996. – 124 с.
13. Аудиторія паперової та електронної книги в країнах СНД перетинається лише на 10 % [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zaxid.net/newsua/2010/9/15/110600/

Марущак Н.*

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) досі не має єдиного загальноприйнятого визначення. Але більшість дослідників та практиків КСВ сходяться до єдиної думки, що її сутність зводиться до того, що КСВ виступає в якості добровільної діяльності компаній приватного і державного секторів, спрямованої на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовищ, з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій; створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращання результативності бізнесу та показників прибутковості у довгостроковому періоді.

Ідеологічне підґрунтя концепції соціальної відповідальності бізнесу було закладене ще у XVIII ст., коли відбувалися індустріальні революції та формувалося сучасне уявлення про підприємництво. Власники окремих підприємств брали на себе відповідальність за своїх працівників, керуючись при цьому власними релігійними чи етичними переконаннями. Тобто, меценатство було першим втіленням в життя ідеї корпоративної соціальної відповідальності. При цьому основними областями, на яких фокусувалася добродійна діяльність в цей час, були: культура і мистецтво, допомога бідним і розвиток освіти тощо [4].

Наступним історичним етапом теоретичного розвитку цієї ідеї стало зародження у США на початку XX ст. доктрини капіталістичної благодійності, згідно якої прибуткові організації повинні жертвувати частиною своїх коштів на користь суспільства, тобто фінансувати суспільні потреби [5, с.509-528]. Підприємства були змушені будувати свої відносини з державою та суспільством за новими правилами і розвивати нові адресні програми, перш за все, в галузі екології і захисту праці.

Початок систематичної дискусії на тему корпоративної соціальної відповідальності було покладено у 50-ті роки XX століття. Саме в цей час починається переосмислення ідеї соціальної відповідальності як суто практичних дій на вимогу суспільства та переходом до теоретичного обґрунтування цієї концепції та її ефективності. Визначним здобутком цього періоду стала наукова робота Г. Боуена (Howard R. Bowen) «Соціальна відповідальність бізнесмена» опублікована в 1953 р. На думку автора, соціальна відповідальність бізнесмена полягає в «реалізації такої політики, прийняття таких рішень чи слідування такій лінії поведінки, які були б бажаними для цілей та цінностей суспільства» [6, ст.18-21]. Ідея корпоративної соціальної відповідальності отримала подальший розвиток та поширила свою популярність в 60-х рр. здебільшого завдяки роботам прогресивних науковців та поширеним в той час соціальним рухам на захист цивільних прав, прав жінок, прав споживачів та на захист навколишнього середовища. 80-ті роки відзна-

* Аспірантка кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського Національного Університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: професор Кредісов А.І.

© Марущак Н., 2012

чились появою вже меншої кількості нових визначень і збільшенням кількості емпіричних досліджень, які пов'язують КСВ економічною ефективністю бізнесової діяльності. Варіанти визначення КСВ включала корпоративну суспільну політику, бізнес етику, регулювання відносин із стейкхолдерами та подальший розвиток концепції корпоративної соціальної діяльності.

Наступним етапом еволюції ідеї корпоративної соціальної відповідальності стала орієнтація соціально-відповідальної діяльності підприємства на загальну стратегію його розвитку. Проблема корпоративної соціальної відповідальності починає розглядатися з позиції формування репутації підприємства та створення сприятливих умов для його майбутнього розвитку. При цьому підприємство у своїй діяльності починає орієнтуватися не на забезпечення високого рівня прибутку у короткостроковій перспективі, а на створення необхідних умов для забезпечення довгострокового сталого розвитку та зростання, яке базується на врахуванні інтересів всіх зацікавлених сторін.[7, с.74-85]. Об'єктами соціальних акцій на цьому етапі стають умови життя населення, відпочинок співробітників, поліпшення інфраструктури міст тощо.

Після 2000 року в Європі поняття КСВ асоціюється з інтеграцією турботи про соціальний та економічний аспекти ведення бізнесу із турботою про добробут акціонерів. Ця концепція реалізується в результаті формування та укріплення ділової репутації; раціонального використання природних ресурсів; управління розвитком персоналу та забезпеченням його здоров'я, безпеки та охорони праці; взаємодія з місцевими органами влади, державними структурами та суспільними організаціями для вирішення спільних соціальних проблем; соціальних аспектів взаємодії з постачальниками та споживачами.

Отже, з часу свого зародження концепція КСВ зазнала значних змін, трансформувавшись від виключно практичного застосування ідеї соціальної відповідальності підприємства, до визнання відповідальності підприємства за розвиток суспільства на рівні з державою. У сучасному корпоративному середовищі все більшої підтримки набуває ідея того, що КСВ – це не просто філантропія чи зовнішній PR "для наведення лоску", а частина стратегії компанії, яка націлена на довгострокову перспективу і враховує особливості суспільного середовища, в якому бізнес діє.

Література

1. Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics. 6th, 7th, 8th editions, 1988, 1992, 1996. McGraw-Hill (Coauthors: Keith Davis, James Post, Anne Lawrence, James Weber
2. Crowther D, Ortiz Martinez: Corporate Social Responsibility: history and principles; Social Responsibility World, 102-107; Penag; Ansted University Press.
3. Davide Secchi Corporate Social Responsibility in Europe: Analyzing Business in Transnational Contexts Working paper, 2004/34, Department of Economic, Università degli Studi dell'Insubria http://eco.uninsubria.it;
4. Elisabet Garriga, Domènec Melé Untangling the Jungle of Corporate Social Responsibility Theories, Journal of Business Ethics 53: 51-71, August 2004. http://www.iese.edu
5. J.J. Asongu: The History of Corporate Social Responsibility. Journal of Business and Public Policy, v.1. №2. 2007.
6. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции; Высшая школа менеджмента СПбГУ. - 2010. – 272 с., с.10-11.

7. Бутко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні / М.Бутко, М. Мурашко // Економіка України. –№ 7. – С. 74-85
8. Задек С. На пути к корпоративной ответственности. 2005. Harward Business Review – Россия. (6): 93-99.

Підвисоцький Я.*

ГІПОТЕЗА ФІНАНСОВОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ Х. МІНСКІ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасна фінансово-економічна криза все частіше змушує економістів дискутувати з приводу шляхів подолання нестабільності в світовій економіці. Прихильники кейнсіанської теорії вважають, що нестабільність виходить насамперед через недостатній вплив держави на регулювання макроекономічних показників. Неокласики, натомість, стверджують про раціональність поведінки економічних суб'єктів в умовах вільної економіки. Альтернативну теорію розвитку світової економіки запропонував наприкінці 70-х – на початку 80-х років минулого століття Хаймен Філіп Мінскі.

В своїй науковій праці «Гіпотеза фінансової нестабільності» вчений розглядає вплив фінансового сектора економіки на реальний сектор. Беручи до уваги циклічність розвитку світової економіки, Мінскі показав, що на стадії пожвавлення ділової активності, або (як він її назвав) в "стані спокійного зростання", економіка продукує поштовхи у бік нестабільності. Факторами таких поштовхів є [4]:

- оптимістичні очікування суб'єктів ринку (підприємств, фірм, домогосподарств);
- поява нових інноваційних фінансових інструментів, які ускладнюють грошово-кредитні операції контроль за їх прозорістю.

В центрі уваги в Гіпотезі Мінскі знаходяться взаємовідносини позичальника та позикодавця, для яких присутні фінансові ризики: у позичальника – ризик неможливості обслуговувати кредит, а у позикодавця – ризик неповернення кредиту та відсотків за ним. Для виплати кредиту фірма може збільшити обсяг позикових коштів, і тим самим підвищити фінансовий важіль. Таке зростання фінансового левериджу є ризиковим для обох сторін.

Однак, пожвавлення економіки з часом може зменшити ризики, оскільки падає загальний рівень безробіття і пожвавлюється інвестиційна активність. Такий стан економіки спонукає фірми до придбання нових активів за рахунок випуску своїх зобов'язань. На ринку з'являються інноваційні фінансові інструменти, які стимулюють збільшення грошової маси в обігу та прискорюють її рух. До інституціональних інвесторів підключаються фірми, домогосподарства та приватні особи, які випускають все нові зобов'язання. Контроль за фінансовими операціями стає все менш прозорим, в результаті чого помітно зростає число учасників, які не здатні покрити свої зобов'язання за допомогою операційного прибутку. [1, с. 83-84]

З іншого боку, невисокі процентні ставки центральних банків заохочували комерційні банки видавати кредити, які часто нехтували кредитною історією та послаблювали вимоги до рівня платоспроможності позичальників. Так, із виданих в США у 2007 році іпотечних кредитів, загальною сумою в $10 трлн., 12% належали позичальникам категорії Subprime (дуже погана кредитна історія), 10% - позичальникам Alt-A (кращі серед гір-

* Аспірант кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського Національного Університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: доц. Расшивалов Д.П.

© Підвисоцький Я., 2012

ших), 11% - позичальникам категорії Second Mortgages (другий кредит на нерухомість, яка здорожчала). Таким чином, близько третини позичальників не мали змоги погасити борги, інакше як випустити нові боргові зобов'язання. Таких економічних суб'єктів Мінскі називає Понци. Чим більше фінансових операцій Понци в економіці, тим менш вона стабільна. [8]

Зважаючи на сучасні виклики для світової економіки, варто прислухатись до порад вченого, який створив свою Гіпотезу задовго до теперішніх потрясінь. В кризових ситуаціях Мінскі пропонує:

- здійснювати регулятором постійний вплив на банки з метою контролю за високо ризиковими операціями;
- стабілізувати банківську систему шляхом стимуляції банківських операцій з використанням власних капітальних активів;
- на рівні державної політики сприяти виробництву працемістких товарів, тим самим обмеживши вплив спекулятивного капіталу на реальний сектор економіки;
- застосовувати фіскальні важелі стимуляції розвитку кризової економіки, щоби пом'якшити невідворотність фази спаду економіки;
- прогнозувати наслідки застосування інноваційних фінансових інструментів на макроекономічні показники.

Мінскі не виключає можливість подальшого розвитку нових фінансових інструментів; вчений радить мінімізувати їх спекулятивну складову, аби збалансувати використання внутрішнього і запозиченого капіталу в економіці.

Варто звернути увагу і на той аспект, що деякі інноваційні фінансові продукти можуть слугувати інструментами виходу з кризи. [2, с. 100]

Так, наприклад, останнім часом набувають популярності гібридні інструменти, які допомагають ефективно перерозподіляти ризики. Так, катастрофічні облігації виступають альтернативою традиційному перестрахуванню, що дозволяють, з одного боку, забезпечити стабільний грошовий потік інвесторам, а з іншого – зменшити чи ліквідувати страховий ризик внаслідок настання катастрофічної страхової події (повені, урагани, землетруси). Останні події в Японії, де повністю затоплені деякі міста і житлові квартали, лунають вибухи на АЕС, можуть засвідчити корисність ILS[1]. Якщо у 2001 році ринок катастрофічних облігацій складав лише $2 млрд., то у 2009 вже $3,5 млрд., а у 2010 - $4,8 млрд. [5, с.1-2], [9], [10].

Важливим інструментом розвитку реального сектору економіки можуть виступити фінансові контракти деривативного характеру, приміром, реальні опціони. Оскільки стабілізація фінансової системи залежить значною мірою від успішності реалізації довгострокових інвестиційних проектів, такі деривативи могли б стати потужним засобом управління ризиками грошових потоків. Найголовніше, що практика використання реальних опціонів існує не лише у високорозвинених країнах, але й у країнах, що розвиваються, в тому числі і в Україні. Прикладом може стати угода між ВАТ «Об'єднана авіабудівна корпорація» (ОАК) і лізинговою компанією «Ільюшин Фінанс Ко» (ІФК), згідно якого ІФК придбає протягом 2008-2011 року у ОАК 34 літака сімейства Ан-148 з метою подальшої передачі їх в лізинг авіакомпаніям-замовникам, а також виражає готовність додатково придбати 30 літаків цього сімейства протягом 2011-2012 років. Крім того, між ІФК і ВАТ Авіакомпанія «Московія» був підписаний договір, згідно якому авіакомпанія протягом 2009-2012 років придбає у ІФК у фінансовий лізинг 10 літаків Ан-148Е,

[1] ILS (Insurance-Linked Securities) – цінні папери, пов'язані зі страхуванням. Узагальнююча категорія облігацій катастроф, пов'язаних з майновими втратами в результаті настання катастрофічних страхових подій.

що відрізняються збільшеною дальністю польоту. Договір передбачає опціон ще на 5 таких машин.[6]

Таким чином, сучасні виклики для світової економіки ставлять перед економічними суб'єктами та державами завдання, кінцевою метою яких є стабілізація фінансової системи, усунення надмірної кількості спекулятивного капіталу, використання фінансових інновацій у міжнародних інвестиційних проектах. Від ретельності та швидкості виконання цих завдань і залежить тривалість виходу економіки з кризи.

Література

1. Лебедев А.В. Финансовые инновации как фактор возможной дестабилизации экономики: теория Хаймана Мински // Вестник ФА №4, 2004г. с. 79-85
2. Макеева Ю.Н. Развитие инновационных финансовых продуктов в период финансового кризиса // Актуальные проблемы развития экономики современного предпринимательства / Сборник докладов по итогам Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 10-19 марта 2010 г. - М.: Издательство «Креативная экономика», 2010 – с. 99-101.
3. Реальные опционы в оценке бизнеса и инвестиций: Монография. Научное издание/А.А. Гусев. - М.: ИД РИОР, 2009. - 118 с.:
4. Minsky H. The Financial Instability Hypothesis//Working Paper No. 74. The Jerome Levy Economics Institute of Bard College, 1992
5. Willis Capital Markets & Advisory / ILS market update, Q4 2010: Strong Issuance Activity to Close Out the Year, January 6, 2011, pp. 1-5
6. Електронні вісті. Подписан контракт на поставку Ан-148 - http://elvisti.com/node/77351
7. Мировой экономический кризис. Хроника и комментарии. // Обман на основе CDS - http://worldcrisis.ru/crisis/526480
8. Финансовый кризис: причины возникновения и пути выхода. // Берзон Н.И. – http://www.rabe.ru/downloads/file/Berzon.ppt
9. An Overview of the ILS Market / CAS Rate Making Seminar, March 17, 2010 – http://www.casact.org/education/rpm/2010/handouts/RR2-Lane.pdf
10. Insurance Linked Securities Market Update Q1 2010 / Munich RE – http://www.munichre.com/app_pages/www/@res/pdf/reinsurance/business/non-life/financial_risks/ils_market_review_q1_2010_en.pdf

Поштар Є.*

ОЦІНКА КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКА-ІМПОРТЕРА ЯК ОСНОВА БАНКІВСЬКОГО ПРОЕКТНОГО ФІНАНСУВАННЯ

В основі банківського проектного фінансування лежить детальне вивчення й дослідження інформації, що якимось чином стосується позичальника, причому процес підготовки до проведення аналізу може містити у собі різні моменти та бути побудований у різних формах. Я пропоную розглянути вступ до проектного аналізу, що виділяє ті аспекти, на яких зосереджує свою увагу Світовий Банк, коли здійснює таку діяльність[1]. Отже, здійснюючи проектний аналіз, фінансовий експерт повинен орієнтуватися у світлі наступних моментів.

Вибір проекту для фінансування і виконання – це в основному проблема розподілу ресурсів, які обмежені, проте рішення повинні бути прийняті найбільш ефективні при їх розподілі або стосовно проекту або стосовно різних використань типу виробництва товарів, послуг, інвестицій у інші проекти, і т.д. Використання обмежених ресурсів для однієї мети зменшує ресурси, доступні для іншої. Наступна інформація[2] відображає проектний аналіз у контексті економічної політики, і висвітлює концепцію тіньового ціноутворення.

Економічний аналіз проектів подібний за формою до фінансового аналізу в тому, що обидва ці аналізи оцінюють ступінь прибутковості вкладеної інвестиції. Концепція фінансової прибутковості, однак, не тотожня прибутку, що обумовлений економічним аналізом. Фінансовий аналіз проекту визначає прибуток на користь проектно-операційної юридичної особи, маючи на увазі, що економічний дохід вимірює ефект проекту на фундаментальних цілях цілої економіки. Ці різні концепції одержання прибутку відображені у різних аспектах, для того, щоб пов'язати видатки і переваги й у їх оцінці. Таким чином, оплата, зроблена проектно-операційною юридичною особою для, скажімо, покриття заробітної плати – по визначенню підпадає під фінансову вартість. Навпаки, проект може передбачати економічні видатки, що не провокують відповідний відтік грошей від проектного підприємства (наприклад, несприятливі ефекти навколишнього середовища). У такий спосіб економічні видатки можуть бути більші або менші, ніж фінансові видатки. Подібні коментарі стосуються економічних і фінансових переваг. Економічні видатки і переваги вимірюються «рівнем тіньового ціноутворення», що може значно відрізнятися від ринкових цін, які відповідають фінансовим видаткам і перевагам. .

Якщо певний ресурс дуже недостатній, його тіньова вартість чи купівельна спроможність будуть мати тенденцію до зростання. Якщо пропозиція цього ресурсу була великою, попит, однак, що є результатом наступних кращих використань, може бути задоволений у порядку спадаючої важливості, а його купівельна спроможність (чи тіньова

[1] "The World Bank and Project Analysis", An Introduction by Ugo Finzi

[2] "Economic Analysis of Projects" by L. Squire and H. G. van der Tak, The Johns Hopkins University Press, 1975.

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

Науковий керівник – професор Ступницький О.І.

© Поштар Є., 2012

ціна) буде падати. Ринкові ціни будуть часто відбивати цей дефіцит правильно, але недосконалі ринки часто ініціюють розбіжність між ринковими і тіньовими цінами. Такі розбіжності можуть бути особливо серйозні на ринках для трьох важливих ресурсів: робоча сила, капітал та іноземна валюта.

Проектний аналіз було розроблено, щоб стало можливим ухвалення рішень «проект-за-проектом»[3] при відповідному виборі між конкуренцією використання ресурсів, з видатками і перевагами, обумовленими й оціненими, у принципі, щоб виміряти їх вплив на цілі розвитку. Однак у багатьох випадках, потрібен більш безпосередній зв'язок між сектором та економікою в цілому: наприклад, якість проекту, характеризованого економією масштабу не може бути оцінена без того, щоб зробити оцінку попиту на його продукцію, і це у свою чергу вимагає розміщення проекту в його секторний та державний контекст. Крім того, на практиці, багато тіньових цін (для природних ресурсів, наприклад) важко визначити у інший спосіб окрім як через проектний процес оцінки, тому що вони залежать від альтернативного проекту, що був відхилений. Це – основна причина, чому в основі процесу оцінки лежить систематичне дослідження імовірних альтернатив: на практиці не достатньо здійснити вибір проекту, переваги якого перевищують його затрати; необхідно шукати альтернативи з великим рівнем переваг при визначених видатках.

Розгляд альтернатив – це єдина найбільш важлива характеристика належного проектного аналізу протягом усього проектного циклу, починаючи від плану розвитку окремого сектору та закінчуючи оцінкою. Багато важливих виборів слід зробити на ранніх стадіях, коли рішення прийняті стосовно альтернатив, які повинні бути або відхилені, або збережені для подальшого, більш детального вивчення. Економічний аналіз робить максимальний внесок, якщо це використовується від самого початку, на ранніх стадіях процесу кредитної оцінки.

Важливий аспект фінансової оцінки полягає у гарантуванні того, що план фінансування забезпечує фонди для здійснення проекту в рамках передбаченого графіку. Коли фонди забезпечуються урядом, що відомий одержанням труднощів в здобутті місцевих доходів, можуть бути запропоновані спеціальні заходи. Для прибуткового підприємства, повинна бути досліджена фінансова життєздатність, щоб визначити, чи дійсно підприємство буде здатне виконати усі фінансові зобов'язання (включаючи боргове обслуговування) і чи буде воно здатне генерувати достатньо коштів від внутрішніх ресурсів щоб досягнути розумної норми прибутку по його активах та здійснити достатній внесок у його майбутні потреби капіталу. Фінанси підприємства піддаються ретельному розгляду, шляхом підготовки проектування балансового звіту, стану прибутковості та грошових потоків, де фінансові рахунки є неадекватними. Як один з варіантів вирішення проблеми, може бути встановлена нова система бухгалтерського обліку. Гарантії фінансової дисципліни можуть включати встановлення прийнятних боргових ставок чи обмежень на додаткове довгострокове запозичення.

Фінансовий аналіз часто висуває на перший план потребу врегулювання рівня і структури цін, встановлених підприємством. Цінові збільшення можуть бути необхідними для гарантування ефективного використання продукції підприємства та фінансової рівноваги проекту, фінансова оцінка також зацікавлена у поверненні від бенефіціарів проекту інвестиційних та експлуатаційних видатків. Заходи при здійсненні аналізу повинні враховувати позицію доходу бенефіціарів і практичних проблем (таких як, труднощі управління певною системою нарахувань цін, чи стягування вищих цін за проект ніж ті, що були стягнуті поза проектом). В результаті фінансового огляду повинна бути здійснена спроба

[3] Так зване “project-by-project decision making”

досягнення рівноваги між розглядами акцій, потребою ефективно використовувати дефіцитні ресурси та потребою генерувати додаткові кошти, щоб здійснити проект і досягти великої кількості потенційних бенефіціарів.

Співвідношення фінансового аналізу та економічного аналізу[4]

Внаслідок того, що ті ж самі заходи дисконтування грошового потоку застосовуються у фінансовому аналізі, щоб оцінити дохід проектного учасника й в економічному аналізі, щоб оцінити дохід суспільства, між двома дослідженнями легко, виникає непорозуміння. Між даними видами аналізу існують дуже важливі розбіжності які повинні бути враховані. По-перше, в економічному аналізі податки та субсидії розглядаються як трансферні платежі. Новий дохід, одержаний від проекту включає будь-які податки, що можуть стосуватися проекту протягом виробництва, і будь-які комерційні податки, які покупці бажають сплачувати, при купівлі продукту проекту. Ці податки, що є частиною повного проектного прибутку, передаються уряду, що діє від імені суспільства в цілому, і не розглядаються як видатки. І навпаки, урядова субсидія надана проекту – це видатки суспільства, оскільки субсидія є дозволом на використання ресурсів, які застосовуються економікою для втілення проекту. У фінансовому аналізі таке врегулювання є зазвичай непотрібним: податки як правило розглядаються як видатки, а субсидії як прибутки.

По-друге, у фінансовому аналізі звичайно використовуються ринкові ціни, які враховують податки й субсидії. Від цих цін формуються дані, що використовуються в економічному аналізі. В економічному аналізі, однак, деякі ринкові ціни можуть бути змінені так, щоб вони більш точно відображали соціальні чи економічні цінності. Ці відрегульовані ціни називаються «тіньовими» «розрахунковими» цінами. Як у фінансовому, так і в економічному аналізі використовуються проектовані ціни, а отже обидва вони істотно покладаються на те, що, у дійсності є гіпотетичними цінами. Тобто, при використанні того самого формату розрахунків та обчислень фінансові видатки та прибутки зазвичай відрізняються від економічних видатків та прибутків.

Викладена нижче інформація зображає побудову проектного аналізу й описує структуру і зміст типового проектного звіту[5]. Дана форма є особливо зручною для проектів, що приносять прибуток. Її використання для інших типів проектів може вимагати деяких змін. Послідовність проектного звіту є як правило прийнятною при індустріальних проектах. Вона передбачає: 1) сектор, 2) ринок, 3) технології, розмір, розробку проекту та заходи по його впровадженню, 4) рівень менеджменту, персонал, інструктаж, 5) фінанси, 6) економіку.

Аналіз секторної побудови повинен розглядати економічний сектор, у якому знаходиться проект (структура, відношення до інших частин обмежень економіки, стратегія, політика). Він повинен також відобразити взаємний вплив сектора на проект і проекту на майбутній розвиток сектора. Аналіз може показати недоліки макроекономічної і секторної політики, що повинні бути виправлені.

Ринковий аналіз проекту повинен зазвичай відображати наступні аспекти: 1) оцінка історичного розвиток попиту, пропозиції, міжнародна торгівля продукцією проекту, 2) розгляд внутрішнього та міжнародного цінових режимів, історичний ціновий розвиток і цінові проектування для продукції проекту та його видатків, 3) розвиток проектування для майбутнього попиту і пропозиції та потенціалу до міжнародної торгівлі проектною

---

[4] "Economic Analysis of Agriculture Projects", J. P. Gittinger

[5] "World Bank Technical Paper No. 33. Guidelines for calculating the financial and economic rates of return for development finance companies projects" by J. C. Duvigneau and R. N. Prasad, 1984.

продукцією, як з проектом, так і без нього, 4) аналіз ефективності розповсюдження та системи маркетингу. Аналіз повинен бути зорієнтований та націлений на розвиток рекомендацій для удосконалення, необхідних (чи бажаних) для більш ефективної роботи сектора і проекту.

Технічний аналіз проекту типово має справу з: 1) технологією обробки, масштабом заводу, розробкою та розташуванням засобів обслуговування, 2) потоком процесу випуску продукції, технічних параметрів фізичних засобів обслуговування, і результативності процесу, 3) стандартами і характеристиками продукції та її збереження й використання, 4) наявністю та використанням комунального обслуговування (вода, енергія), 5) оцінкою впливу навколишнього середовища, 6) заходами по впровадженню проекту, включаючи придбання товарів і послуг, укладання контрактів та інші дії, що його стосуються. Необхідним та важливим елементом є ретельна оцінка прийнятності проектних потужностей, технічних параметрів, кількості продукції та інших технічних даних, а також параметрів вартості для інвестиції, операцій, транспортування і розповсюдження майбутньої продукції.

Інституційні, організаційні аспекти й аспекти укомплектування персоналом, проаналізовані в контексті оцінки проекту, зазвичай передбачають:

- інституційну структуру сектора;
- можливість чи потребу в менеджменті з певними технічними, фінансовими й маркетинговими ноу-хау;
- можливість чи потребу в трудових ресурсах висококваліфікованих, із середньою кваліфікацією і низької кваліфікації , як функцію обраної технології;
- організацію й укомплектування персоналом проектних установ і засобів обслуговування;
- видатки на укомплектування персоналом;
- потреби в інструктуванні й технічній допомозі та їх вартість.

Фінансовий аналіз нараховує чотири головних мети:

- оцінити альтернативні проектні конфігурації, щоб визначити найбільш привабливу альтернативу і курс дії;
- розробити розумний фінансовий план, що би міг охопити видатки на всіх стадіях реалізації проекту;
- гарантувати, що потрібні фінансові ресурси будуть доступні протягом дій, щоб забезпечити своєчасний доступ до товарів і послуг та виконати усі фінансові зобов'язання;
- встановити, чи адекватними є рівні прибутку, що імовірно мають бути зароблені для забезпечення відшкодування інвесторам присутності ризику і вкладання акції у проект аніж в інші активи.

Не всі аспекти, згадані вище є доречними для усіх ситуацій і для кожного типу проекту, маленького чи великого, простого чи складного, реструктуризації чи поглинання. Рішення повинне використовуватися, щоб зважити переваги від додаткової, можливо вкрай важливої інформації щодо даного проекту проти видатків від її одержання. У ситуаціях, де економічні переваги від інвестиції дуже очевидні, можуть бути використані прості демонстрації економічної якості (наприклад, інвестиції для удосконалення ефективності постачання енергії).

Проектні графіки – важливі елементи в проектному аналізі, тому що аналіз обчислення має справу з розрахованими у часі потоками видатків та прибутків. Як правило, аналітик повинен зобразити:

- графік підготовки та втілення проекту до випробування устаткування і запуску засобів обслуговування;

• графік попередніх дій і зростання здатності до утилізації по мірі того, як штат стає усе більше обізнаним з новими засобами обслуговування, а технічні проблеми, що починаються є виправленими;

• життя проекту , що стосується очікуваної тривалості, протягом якої нові засоби обслуговування будуть здатні економічно забезпечити випуск продукції для який вони були призначені;

• фінансові графіки такі як графіки активів та боргових зобов'язань, графіки по обслуговуванню боргів, час нарахування дивідендів та стягнення податків і т.д.

Графіки підготовки та реалізації проекту визначають порядок погашення інвестиційних видатків і тому потребують обережної оцінки. Ці графіки повинні бути засновані на реалістичній оцінці факторів, що впливають на них і, як правило, вимагати досвідченого технічного застосування. Реалістичні графіки закупівлі, розраховані щоб виконати оптимальну послідовність реалізації проекту до підпису контрактів – це перший важливий крок. Графіки виконання цивільних робіт, виготовлення і постачання устаткування, а також монтажу, установки й тестування устаткування повинні бути близько скоординовані, щоб мінімізувати дорогі затримки реалізації проекту. Як правило, планування мережі з ідентифікацією критичного шляху запроваджується для підготовки, виконання, перевірки та започаткування складних проектів для забезпечення їхнього оптимального виконання. Вибір часу за різними контрактами, що регулюються відповідно до графіків фізичного виконання, впливає на графіки розстрочених платежів, проміжних платежів і затриманих платежів, що у сукупності представляють перші роки потоку капітальних затрат.

Для оцінки майбутніх видатків та надходжень від проекту, важливим елементом є його так зване економічне життя. На практиці, різні компоненти інвестиційних пакетів, імовірно, будуть мати різні фізичні стадії існування. Так, на приклад, пересувне устаткування може мати фізичне життя тільки від 5 до 7 років і потребувати після цього періоду заміни, у той час як, основна частина важких машин може слугувати 20 років чи більше без капітального ремонту чи відновлюваних робіт або заміни. Однак, з огляду на економічні умови, деякі компоненти, чи навіть цілий проект можуть стати застарілими ще до завершення фізичного терміну експлуатації через розвиток більш ефективних технологій і конкуренцію, що збільшується, від появи більш сучасних та більш ефективних засобів обслуговування. Аналіз вимагає загальної структури часу відносно потоки видатків та прибутків. Тому рішення щодо повного життя проекту в контексті ймовірної фізичної й економічної тривалості його існування, повинне бути прийняте досить обережно, беручи до уваги розгляду потенційного технологічного розвитку, секторного розвитку, заміни в структурі видатків й економію масштабу. Це рішення повинне прийматися секторним фахівцем. Фактори дисконтування за ці роки зменшуються, отже на більш пізніх стадіях вплив грошових потоків на норму прибутку проекту стає менш важливим. Тому помилки в розрахунках строків придатності проектів з похибкою в приблизно п'ятнадцять років, навряд чи, будуть критичними. Період реалізації проекту плюс життя проекту визначають повну структуру часових рамок, що використовуються при обчисленнях. Видатки й прибутки визначаються в межах даних часових рамок.

Аналіз повинен послідовно встанови всі потоки видатків та прибутків з огляду на спільні часові рамки (реалізація та життя проекту). Як правило, аналітик повинен розрізнити наступні поняття: 1) потоки капітальних видатків, 2) потоки експлуатаційних видатків, 3) потоки прибутків. Загальна кількість суми видатків та прибутків протягом кожного року виражається у «чистому операційному доході» наприкінці кожного року. У залежності від абсолютної цінності усіх видатків та прибутків протягом даного року, чистий дохід може бути позитивним чи негативним.

Підрахунки капітальних видатків повинні бути визначені для кожної проектної конфігурації і повинні бути згруповані у місцеві й закордонні видатки. Серед капітальних видатків слід також виділяти:

- фіксовані активи, включаючи видатки на землю, цивільні роботи, будівлі, устаткування і машини, розробки послуг та інфраструктури підприємства;
- інфраструктура поза підприємством;
- видатки на запуску виробництва;
- обіговий капітал;
- відсотки протягом реалізації проекту.

Даний аналіз також оперує імпортними митами, податками на продаж, на прибуток та іншими державними зборами (чи субсидіями) і у ньому також використовуються тіньові ціни замість цін внутрішнього ринку. При торгівлі товарами тіньовими цінами (або економічними цінами) є міжнародні ціни на кордоні країни (прикордонні ціни), тобто ціни CIF для імпортних операцій та ціни FOB для експортних. Для товарів, що не підлягають торгівлі, економічні затрати визначаються як вартість чистого виробництва (за умови, що товар розглядається з позиції кращого альтернативного використання) в результаті використання даного товару у проекті. Застосування тіньових цін дозволяє оцінити товар відкидаючи ефекти тарифів, валютних курсів, відсоткових ставок та рівнів заробітної плати, а також адміністративні ціни, субсидії та додаткові видатки, що деформують справжню дефіцитну вартість товару.

Здійснивши попередній аналіз проекту та всіх моментів, що його стосуються, фахівець банку складає розрахунковий аналіз майбутніх інвестицій. В останні роки багато хто аналітиків і практиків представили досить велику кількість робіт, що стосуються у тій чи іншій мірі складання кошторисів міжнародних капіталовкладень та їх. Необхідно розглядати три традиційних підходи до складання кошторисів міжнародних капіталовкладень і їх окупності, що найбільш широко використовуються при економічному аналізі ефективності намічуваних міжнародних капіталовкладень: чиста поточна вартість (ЧПВ)[6], внутрішня норма прибутку (ВнНП)[7] і період окупності капіталовкладень (ПОК).

Як основною передумовою методу чистої поточний вартості (ЧПВ) виступає прагнення фірми до максимізації свого власного капіталу. Після прийняття цього припущення в рамках цього методу здійснюється порівняння вартості пропонованих інвестицій і поточної величини потоків готівкових коштів, пов'язаних з інвестиціями. У випадку якщо враховані потоки готівкових коштів перевищують вартість інвестицій, то критерій ЧПВ вказує, що проект є прийнятним. Для практичного застосування ці розрахунки можна записати в такий спосіб:

$$ЧПВ = - I_0 + \sum_{i=1}^{n} \frac{C_i}{(1+k)^i} + \frac{T_n}{(1+k)^n}$$

де ЧПВ – чиста поточна вартість проекту;

I_0 – вартість первісних інвестицій;

C_i – потоки готівкових коштів, зв'язані з проектом, після сплати податків у році i;

T_n – залишкова чи ліквідаційна вартість інвестицій у році n;

n – передбачуваний термін дії проекту або планований період;

k – вартість використовуваного для здійснення проекту капіталу[8].

[6] Прямий переклад з англійської (NPV – Net Present Value)

[7] Прямий переклад з англійської (IRR – Internal Revenue Rate)

[8] Відповідно до концепції цього методу величина k може змінюватися з часом

При обчисленні критерію внутрішньої норми прибутку (ВнНП) основний наголос робиться на порівняння внутрішньої норми прибутку досліджуваного проекту, ВнНП, обчисленої для альтернативних проектів, та/або аналогічного мінімального стандарту норми прибутку, такого як вартість капіталу. Для практичного застосування розрахунок ВнНП можна записати у виді наступного рівняння:

$$I_0 = \sum_{i=1}^{n} \frac{C_i}{(1+r)^i} + \frac{T_n}{(1+r)^n}$$

у якому r визначається так само, як і ВнНП, та розраховується на основі інших відомих даних, що вводяться в рівняння.

Третім інвестиційним критерієм, що я розглянув, є метод періоду окупності капіталовкладень (ПОК). Основна мета даного аналізу – це знайти відповідь на питання «Скільки буде потрібно часу для того, що повернути первісні асигнування готівкових коштів, виділені для проекту?». Для здійснення цього аналізу приймається припущення, що здійснюватися будуть лише ті інвестиції, що характеризуються “досить коротким” періодом окупності. Для розрахунку ПОК використовується формула, у якій для простоти розрахунків передбачається, що щорічні потоки готівкових коштів Сі, пов'язані з проектом володіють рівними величинами.

Отже, якщо, наприклад, первісні інвестиції складають 1 млн. дол., а щорічні потоки готівкових коштів — 300000 дол., то період окупності капіталовкладень буде дорівнює 3,3 роки. У випадках, коли величини потоків готівкових коштів змінюються з часом, здійснюваний аналіз стає трохи більш складним. Припустимо, що при первісному обсязі інвестицій, що складають 1 млн. дол., потоки готівкових коштів у перші три роки складали відповідно 300000 дол., 400000 дол. і 500000 дол. У такій ситуації період окупності капіталовкладень буде дорівнює: 2 роки + 300000 дол. / 500000 дол., тобто 2,6 роки.

Ці три способи прийняття рішень, описані вище, широко використовуються при здійсненні оцінки пропонованих проектів по міжнародних інвестиціях. Однак дуже важливо не тільки ознайомитися в цими підходами, але й одержати представлення про сильні і слабкі сторони кожного з зазначених критеріїв. З погляду сучасної фінансової теорії, найбільш кращими є перші два методи – ЧПВ і ВнНП, тому що кожний з них припускає здійснення коректувань з урахуванням майбутніх потоків готівкових коштів, що відбивають тимчасові показники вартості коштів. У сучасному фінансовому аналізі цей показник тимчасової вартості є фундаментальним, але, як відзначалося вище, у методі ПОК він враховується в недостатній мірі. Якщо говорити більш конкретно, то істотним недоліком методу ПОК є те, що даний аналіз не враховує потоки готівкових коштів, пов'язані з інвестиціями та інвестиції, що здійснюються після закінчення періоду окупності . На противагу цьому методу, підходи ЧПВ і ВнНП за допомогою дисконтної ставки указують усі потоки готівкових коштів, пов'язані з проектом.

Якщо говорити про методи ЧПВ і ВнНП, то з них найбільш задовільним з теоретичної точки зору традиційно вважається метод ЧПВ. Принципове розходження між ЧПВ і ВнНП пов'язан з прийнятим припущенням, що стосується ставки реінвестування для потоків готівкових коштів. У випадку ЧПВ як використовувана ставка реінвестування виступає вартість капіталу, що може бути інтерпретована як приблизна величина можливого розміру реінвестицій. І навпаки, при розрахунках по методу ВнНП використовувана ставка реінвестування – це ВнНП для самого проекту, а наявність взаємозв'язку між ВнНП проекту і можливою величиною інвестицій багатонаціональної корпорації стає зовсім необов'язковим. І все-таки ВнНП широко використовують як міру оцінки при складанні кош-

торисів капіталовкладень і їхньої окупності в багатонаціональних корпораціях, особливо на рівні вищого керівництва. На цьому рівні ВнНП, що виступає як показник, що допомагає підвести підсумки по процентній прибутковості проекту в цілому, досить легко піддається порівнянню з оцінками прибутковості по інших інвестиціях, включаючи і фінансові інструменти.

Стуконог Я.*

ПРОБЛЕМИ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ ГАЗОВОГО РИНКУ ЄС

Перші рішення про лібералізацію газових ринків було прийнято в Європі ще в 1998 р. (Перша газова директива ЄС - Directive 98/30/CE від 22.06.98 р.), а результатом реформ, що почалися в липні 2004 р., стало право вільного вибору постачальника газу для всіх промислових споживачів (Друга газова директива ЄС - Directive 2003/55/EC від 26.06.98 р.).

Метою цього етапу було забезпечити гарантії однакового доступу до розподільних мереж усіх постачальників, і з 1 липня 2007 року право вибирати найбільш вигідного постачальника природного газу для своїх потреб одержали всі громадяни країн ЄС (виняток становлять лише країни Балтії, а також ті країни ЄС, які недавно почали користуватися природним газом).

Таким чином, на сьогодні всі великі і середні європейські підприємства, які працюють у сфері розподілу природного газу, значною мірою є незалежними від «материнських» компаній і можуть реорганізуватися в незалежних юридичних осіб. Відповідно до нових умов, нові гравці одержують прямий доступ як до місцевих споживачів, так і до внутрішньої газотранспортної мережі та потужностей зберігання.

Реформування ринку газу в Європі мало на меті знизити ціни для споживачів газу та залучити інвестиції в його видобування та розбудову газотранспортної системи. Досягти таких результатів планувалося шляхом збільшення конкуренції в сфері видобування, збуту та забезпечення безумовного доступу третіх сторін (ДТС) до газотранспортної та газорозподільної систем.

Перші ж кроки з лібералізації показали, що, не дивлячись на бажання Єврокомісії використовувати термін «єдиний ринок», в реальності європейський ринок через історичні особливості розвитку складається з сукупності відокремлених регіональних ринків, для об'єднання яких потрібно подолати певні перешкоди. Наприклад, такі як: відсутність єдиної системи управління потоками газу в умовах лібералізованого ринку, відсутність єдиної системи оплати за доступ до газопроводів третіх сторін, технічні відмінності в газових мережах країн ЄС та ін.

Дерегулювання ринку газу відбувалось в умовах активної протидії цьому газових компаній, бо об'єктивно передумови для змін всередині галузі не визріли, тобто, дії, спрямовані на лібералізацію ринку газу, носили революційний, а не еволюційний характер. Рішення Єврокомісії про запуск процесу лібералізації газових ринків ЄС мало політичний характер і не враховувало таких проблемних питань як податки, системи оплати, поведінка постачальників тощо. Практика свідчить, що газовий ринок важко вмістити в подібні схеми — він ніколи не базувався на біржовій торгівлі, його основу складають стійкі довгострокові зв'язки, а його головна особливість - тяжіння учасників ринку до вертикальної інтеграції за довгостроковими контрактами, тобто, саме те, що намагалася подолати Єврокомісія.

* аспірантка кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних віднсин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: професор Вергун В.А.

© Стуконог Я., 2012

Навіть за повної та вільної конкуренції на газовому ринку не можна гарантувати розвиток торгівлі газом: покупці можуть не виявляти бажання придбати газ у нового постачальника, а постачальники можуть не виходити на нові ринки, що і сталось в частині країн Європейського Союзу.

Ці висновки підтверджуються аналізом ситуації на лібералізованих ринках США та Великобританії.

Зокрема, досвід поступового реформування газової галузі в Великобританія показав, що на початку реформ ціни на газ для споживачів насправді стали нижчими. При цьому незалежні постачальники пропонували газ на 10-20% дешевше, ніж екс-монополіст - компанія British Gas. Головними причинами початкового успіху було перевищення пропозиції газу над попитом та наявність вільних газотранспортних потужностей. Але в подальшому внутрішня пропозиція зменшилася, що в результаті посилення конкуренції між споживачами газу призвело до зростання цін. Крім того, результатом розвитку спотової та ф'ючерсної торгівлі газом стала втрата стимулів для довгострокового інвестування, як наслідок, заморожування багатьох важливих інфраструктурних проектів.

На світовому рівні продовжуються досить гострі дискусії навколо всіх цих процесів. Наприклад, дискусію викликає вимога директиви ЄС створити такий внутрішній ринок газу, який міг би «сприяти об'єднанню газопроводів у єдину мережу і забезпечити експлуатаційну сумісність систем, зокрема, за якістю газу, технічними стандартами і пропускною спроможністю». Як свідчить практика, прагнення створити єдину газову мережу між європейськими країнами викликає протидію з боку газових компаній і призводить до їх об'єднання.

Крім цього, істотною проблемою залишається структура власності газорозподільних мереж і нестача передавальних потужностей на кордонах між країнами. Так що, навіть для країн з усталеними традиціями розвитку ринкової економіки відповідність критеріям ЄС є досить складним питанням.

У цілому результатом «лібералізації» ринку газу Європи стало створення декількох великих транс-європейських енергетичних компаній, що монополізували не тільки газові, але й електроенергетичні активи.

Література

4. Eni Annual Report 2008. - Ordinary Shareholders' Meeting of April 29 and 30, 2009, p.6.
5. International Energy Outlook 2009.- EIA, Office of Integrated Analysis and Forecasting U.S. Department of Energy (DOE/EIA-0484), 2009, Washington, DC 20585.
6. Key World Energy Statistics 2009. - International Energy Agency 9, rue de la Federation 75739 Paris Cedex 15.
7. Звіт за договором №15-09 від 14.07.2009 р. «Моніторинг та аналіз основних питань розвитку світового нафтогазового комплексу за III квартал 2009р.».
8. Илларионов А. «Газовые цены» // Alllarionov Live Journal.com, 14.01.09.

Толубко О.*

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ НОВОЇ КОНФІГУРАЦІЇ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Глобалізаційна природа розвитку світового господарства на сучасному етапі має прояв у кризових процесах системного характеру, тому вельми актуальним є виявлення факторів його розвитку з метою розробки механізмів протидії впливу кризових явищ глобалізованого економічного простору та адекватної викликам часу стратегії національного суспільного поступу.

Сучасне розуміння проблематики функціонування інформаційного ринку в системі світового господарства сприяло виділенню ряду характерних особливостей інформаційного ринку, які мають прояв на всіх стадіях підготовки, виробництва, обміну, розподілу і споживання інформації в процесі суб'єктно-об'єктної взаємодії виробника інформаційного продукту та інформаційних послуг, ІКТ та користувача або споживача інформації.

В умовах глобалізації, інформація стає чинником економічного зростання та підвищення міжнародної конкурентоспроможності, що визначає необхідність здійснення оцінки ролі інформації та інформаційних впливів. Ознакою інформаційного суспільства прийнято вважати розвиток ІКТ, тому за допомогою таких показників як: питома вага інформаційного сектору, величина сумарних витрат на інформаційні продукти, частка нових інформаційних товарів та послуг у структурі ВВП та кількість зайнятих в інформаційному секторі, чисельність абонентів світової мережі Інтернет, використання супутникових каналів засобами національної мережі зв'язку - можна дати загальну характеристику його розвитку.

В Україні нормативно-правове забезпечення розвитку інформаційного суспільства в цілому відповідає сучасним вимогам. Участь держави у створені та розвитку інформаційного ринку та інформаційного суспільства полягає у вдосконаленні інституційних засад формування інформаційного суспільства, забезпеченні інформаційної безпеки, реформуванні системи освіти і науки, як передумови розвитку ринку інформаційних товарів та послуг, створення механізмів комерціалізації інформаційної галузі, забезпечити відбір інформації на основі достовірності та об'єктивності. Розробка Системи індикато¬рів інформаційного розвитку України є нагальним завданням сьогодення і потребує нових наукових досліджень.

Україна практично за всіма визначальними індексами, індикаторами та показниками розвитку інформаційного суспільства суттєво поступається не лише світовим лідерам і країнам Великої сімки, а й усім постсоціалістичним країнам, які було обрано для порівняння. Принципово важливим є відсутність суспільно прийнятної стратегії власного розвитку. За таких умов найкращі реформи економіки, науки, освіти, інноваційної сфери не дадуть бажаних наслідків.

* здобувач кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: доц.. Мазуренко В.П.

© Толубко О., 2012

Стратегічними орієнтирами для України має бути досягнення світового лідерства засобами випереджального розвитку, що потребуватиме мобілізації супільних зусиль і, в першу чергу створення відповідних інституційних засад. Тому російська модель і Митний Союз є мало перспективними тому, що ця модель переважно буде визначатися ресурсно-орієнтованим і ресурсно-енерговитратним характером економіки Росії і меншою мірою – інноваційним, європейським. Тому в Митному Союзі успішними не можуть бути економіки країн СНД, окрім Росії та Казахстану, які багаті на ресурси і об'єктивно не зацікавлені в пріоритетному розвитку соціального (людського) капіталу. Україна ж у такому альянсі буде позбавлена можливості активного використання якраз цього, найважливішого для неї капіталу для власного розвитку. Їй доведеться розраховуватися з партнерами дешевою робочою силою, екологічними квотами та іншими складовими своєї національної безпеки. Для України було б доцільним, знаходячись поза форматом Митного Союзу, продовжувати співпрацю з цією групою країн на взаємовигідній основі.

Копіювання моделі ліберального капіталізму, домінуючої для країн Великої сімки і деяких країн Південно-Східної Азії, також є неперспективним. Хоча ці країни і намагаються швидко адаптуватися до глобальних змін, але їм не під силу подолати головний недолік вказаної моделі. Він полягає у безумовній максимізації прибутків на користь обмеженої соціальної групи багатих верств населення, а це, в свою чергу, призводить до виснаження природних і соціальних ресурсів, на яких ґрунтується добробут і гуманітарний розвиток людей та виживання біологічних видів. Україна має шанс покласти напрацьований світом кращий досвід, а це досвід гармонізованого, сталого розвитку суспільства, в якому добробут людей, навколишнє середовище, природні ресурси та людський капітал, втілений в досягненнях науки, освіти, проривних технологіях, високих моральних цінностях, є категоріями нероздільними, рівновеликими і такими, що взаємно доповнюють і збагачують одна одну.

Фреяк А.*

ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ПОЛІТИКИ СУСІДСТВА

В статті висвітлено основні аспекти фінансування транскордонного співробітництва у контексті впровадження Європейського інструменту сусідства та партнерства ENPI, зокрема програм транскордонного співробітництва ENPI CBC за участю України.

Ключові слова: Європейській інструмент сусідства та партнерства, програми транскордонного співробітництва, спільна операційна програма.

In the article the basic aspects of financing of cross-border cooperation are reflected in the context of implementation of the European instrument of neighbourhood and partnership (ENPI), particularly programs of cross-border cooperation with the membership of Ukraine.

Key words: European Neighbourhood & Partnership Instrument, programs of cross-border cooperation, joint operational program.

Актуальність теми дослідження. Транскордонне співробітництво є одним із пріоритетів регіональної політики Євросоюзу, що спрямоване на зміцнення співпраці між країнами-членами ЄС та партнерськими країнами вздовж зовнішніх кордонів ЄС. Для України транскордонне співробітництво є одним з інструментів прискорення процесів наближення життєвого рівня населення прикордонних територій до середньоєвропейського та забезпечення вільного руху товарів, людей і капіталів через кордон. Воно сприяє мобілізації місцевих ресурсів та їх ефективному використанню, об'єднанню та гармонізації зусиль для розв'язання спільних проблем прикордонних регіонів, здійсненню євроінтеграційних заходів на регіональному рівні.

Новий виток у розвитку транскордонного співробітництва України настав із поширенням на її територію Європейської політики сусідства, яка відкриває значні перспективи для економічної інтеграції, оскільки пропонує більш широкий спектр механізмів взаємодії. Основним фінансовим інструментом реалізації Європейської політики сусідства є Європейський інструмент сусідства та партнерства ENPI CBC 2007-2013. Ефективний розвиток транскордонного співробітництва України з країнами Західної Європи безпосередньо залежить від можливостей фінансування. Це зумовлює актуальність дослідження питань фінансування транскордонного співробітництва, зокрема в контексті впровадження Європейського інструменту сусідства та партнерства ENPI.

Ступінь наукової розробки. З кінця минулого століття проявилася значна зацікавленість науковців до проблематики регіонального розвитку і транскордонного співробіт-

* здобувач кафедри міжнародних фінансів Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: д.е.н., професор Циганов С.А.

© Фреяк А., 2012

ництва. Велику увагу цим питанням приділили закордонні вчені – З.Горжеляк, П.Еберхардт, Р.Федан, Т.Коморніцкі, Т.Лієвські, З.Макєла, М.Ростішевскі, А.Стасяк, З.Зьоло та українські – П.Бєлєнький, З.Бройде, В.Будкін, М.Долішній, В. Засадко, Є.Кіш, М.Лендьел, Н.Мікула, А.Мокій, З. Мокринська, І.Студенников.

Незважаючи на велику кількість наукових праць, присвячених аналізу проблем транскордонного співробітництва, залишається ще багато невивчених питань, які стосуються функціонування регіонів України в умовах реалізації та поширення на їх території Європейської політики сусідства. Це, в свою чергу, вимагає більш ретельного вивчення існуючих проблем транскордонних регіонів та визначення можливостей їх розвитку шляхом використання фінансової допомоги ЄС.

Метою статті є дослідження перспектив розвитку транскордонного співробітництва в аспекті нового механізму фінансування в рамках ENPI CBC та участь в ньому прикордонних регіонів України, обґрунтування основних напрямків підвищення ефективності використання фінансових можливостей ЄС на підставі аналізу проблем, що існують в сфері міжрегіональної прикордонної співпраці в Україні.

Виклад основної частини. Транскордонна співпраця на зовнішніх кордонах ЄС є ключовим пріоритетом для Європейської політики сусідства, метою якої є створення на південь і схід від нових кордонів розширеного Європейського Союзу зони стабільності, миру і добробуту шляхом налагодження тісних довготривалих відносин із сусідніми країнами. Для фінансування діяльності в рамках Європейської політики сусідства запроваджено новий Європейський інструмент сусідства і партнерства (ЄІСП), який з 2007 року замінив існуючі програми технічної допомоги ТАСІС і МЕДА в країнах Європейської політики сусідства і в Росії. В рамках ЄІСП передбачено спеціальний механізм підтримки транскордонного співробітництва на кордонах ЄС. Порівняно з попередніми програмами Європейський інструмент сусідства і партнерства передбачає значне збільшення обсягу транскордонного співробітництва у фінансовому та якісних аспектах. Допомога для транскордонного співробітництва ЄІСП впроваджується через спільні програми транскордонного співробітництва, дія яких розповсюджується на регіони, розташовані вздовж внутрішніх та зовнішніх кордонів ЄС.

Програми транскордонного співробітництва розроблені та впроваджуються з метою сприяння економічному та соціальному розвитку в регіонах по обидва боки спільних кордонів; вирішення спільних проблем у таких сферах, як навколишнє середовище, охорона здоров'я, запобігання та боротьба з організованою злочинністю; збільшення ефективності та безпеки кордонів; сприяння транскордонній співпраці на місцевому рівні. Вздовж східних та південних кордонів ЄС впроваджено 15 програм транскордонного співробітництва: 9 програм сухопутних кордонів, 3 програми морських кордонів та 3 програми морських басейнів. На період з 2007-2013 років для реалізації вищезазначених програм заплановано загальний обсяг фінансування у розмірі 1,118 434 млрд. євро [1]. Фінансування програм ENPI CBC здійснюється із двох джерел: Європейського фонду регіонального розвитку (ERDF) та безпосередньо від ENPI. Ці джерела фінансування можуть використовуватись з обох боків кордону ЄС для спільної вигоди. Кошти виділяються на спільні проекти транскордонного співробітництва за умови їх використання на благо всіх учасників проектів. Країни-учасниці програми використовують спільний бюджет ЄС, структури управління є спільними, правила та нормативно-правова база щодо впровадження програми є однаковими для всіх. Все це забезпечує збалансоване партнерство між країнами-учасницями. Європейська Комісія визначає розподіл коштів для програм транскордонної співпраці, беручи до уваги об'єктивні критерії, такі, як населення прий-

нятних територій та інші фактори, що впливають на інтенсивність співпраці, включаючи особливі характеристики прикордонних зон і можливість управління та освоєння допомоги Співтовариства [стаття 7, 2]. Розподіл коштів по програмах транскордонного співробітництва відображено на рис.1.

На реалізацію програм сухопутних кордонів призначено 61,8% коштів від загального обсягу фінансування, на програми морських кордонів та програми морських басейнів по 19,1 %. На рис.1 зони 1, 2, 3 та 15 відповідають програмам транскордонного співробітництва за участю України. На їх реалізацію заплановано виділити 35,7% від загального обсягу фінансування програм ENPI CBC 2007-2013.

Детальні положення щодо фінансової допомоги, яка надається в рамках ЄІСП, визначаються у різних програмних документах, залежно від виду програми. Особливістю програм транскордонного співробітництва є те, що країни-учасниці кожної із програм розробляють Спільну операційну програму на весь термін впровадження ЄІСП.

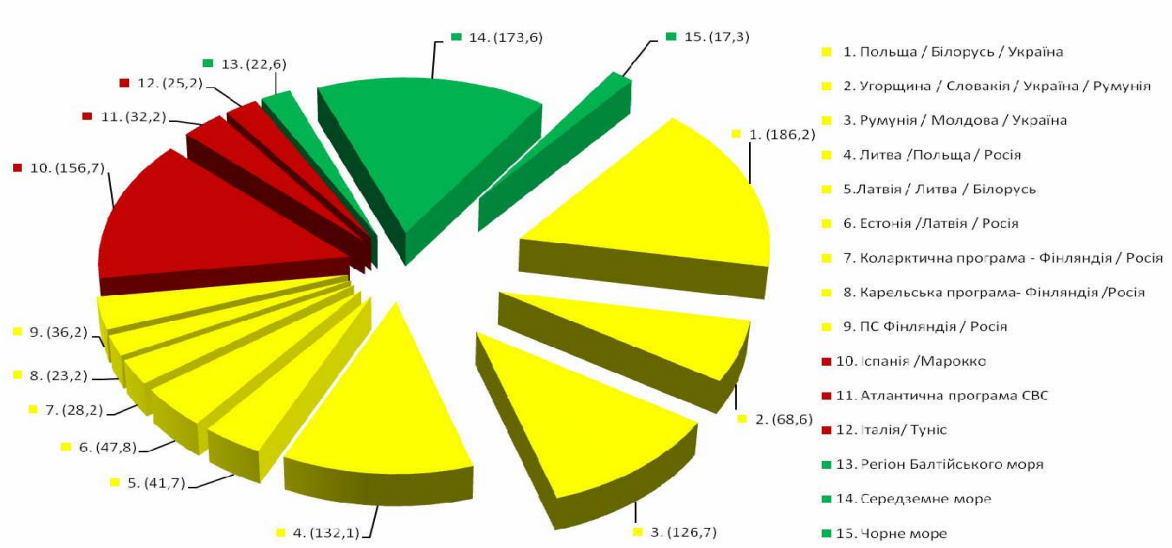


Рис.1. Розподіл коштів по програмам транскордонного співробітництва ENPI CBC на 2007-2013 рр., млн. євро [3],[4].

Програми транскордонної співпраці не фінансуються повністю з коштів Співтовариства. Співфінансування з боку країн-учасниць складає принаймні 10% обсягу допомоги Співтовариства, призначеного на фінансування Спільної операційної програми. За необхідності, співфінансування поділяється рівномірно на цілий термін реалізації програми з тим, щоб мінімальна ціль -10% була досягнута на кінцевому етапі реалізації програми [стаття 20, 2].

Правовою основою програмування транскордонного співробітництва або, так званого, транскордонного компоненту в рамках ЄІСП є Регламент (ЄС) №1638/2006 Європейського Парламенту і Ради від 24 жовтня 2006 року [5], в той же час правила імплементації безпосередньо програм транскордонного співробітництва, включно із підготовкою спільних операційних програм, спільних органів, необхідних для впровадження програм, передбачені Регламентом (ЄС) №951/2007 Європейської Комісії від 9 серпня 2007 року [2].

Організаціями, які можуть брати участь у Програмі, є місцеві, регіональні та національні організації, асоціації регіонального розвитку, інноваційні агентства та агентства з розвитку, дослідні інститути та університети, місцеві та регіональні асоціації підприєм-

ців (в т. ч. торгові палати, спілки), організації, що об'єднують людей за професійною ознакою, регіональні та місцеві органи влади та громадські організації з охоплених регіонів [стаття 14, 5]. У рамках спільних операційних програм можуть фінансуватися проекти трьох видів:

- інтегровані проекти, коли кожен партнер проводить діяльність у межах спільного проекту на своїй території;
- симетричні проекти, коли така ж діяльність виконується паралельно в державах-членах і партнерських країнах;
- проекти, які впроваджуються, головним чином, у державі-членові чи партнерській країні, але з користю для усіх чи декількох партнерів, залучених до спільної операційної програми [6].

Україна має можливість брати участь у наступних програмах транскордонного співробітництва ENPI CBC:

- Польща - Україна - Білорусь;
- Угорщина - Словаччина - Україна - Румунія;
- Румунія - Молдова - Україна;
- багатостороння програма “Чорне море”.

У Програмі Польща - Україна - Білорусь з боку України беруть участь Волинська, Львівська, Закарпатська області в якості основних областей та Тернопільська, Рівненська, Івано-Франківська області - як додаткові. Основною метою Програми є підтримка процесів прикордонного розвитку. Цілі програми реалізуються через некомерційні проекти в рамках таких пріоритетів:

1.Підвищення конкурентоздатності прикордонних територій.

2.Покращення якості життя.

3.Інституційна співпраця та підтримка ініціатив місцевих громад.

Загальний бюджет програми становить 202,9 мільйонів євро (в тому числі 186,2 мільйонів євро - співфінансування з боку ЄС)[7].

За результатами першого конкурсу відбору проектних заявок в рамках цієї Програми, під час зустрічі Спільного Моніторингового Комітету Програми транскордонного співробітництва Польща-Білорусь-Україна на 2007-2013 роки, яка відбулася в листопаді 2010 року, затверджено 21 проект на загальну суму понад 16 млн. євро, 12 з яких буде реалізовано із залученням українських партнерів. Всього було підготовлено більше 300 проектних заявок, 94 з яких подано українською стороною [8].

Регіонами України, що можуть скористатись можливістю отримати фінансування в рамках Програми Угорщина - Словаччина - Україна - Румунія є області, які межують з Угорщиною, Словаччиною та Румунією, а саме: Закарпатська, Івано-Франківська області - основні та Чернівецька область у якості прилеглого регіону.

Головними цілями вищезазначеної Програми є сприяння економічному та соціальному розвитку, покращення якості довкілля, підвищення ефективності кордонів, підтримка співпраці між людьми. Індикативний бюджет Програми на 2007-2013 роки складає 68,638 млн. євро та фінансується з фондів Інструменту європейського сусідства і партнерства, причому на 2007-2010 роки виділено 35, 796 млн. євро, а на 2011-2013 роки — 32, 842 млн. євро [9].

За результатами першого конкурсу відбору заявок, проведеного в рамках цієї Програми, затверджено 47 проектів, 34 з яких вже підписано в 2010 році. Бенефіціарами 13 проектів є українські партнери з Івано-Франківської та Закарпатської областей. Загальна сума, що буде отримана на реалізацію проектів, поданих української стороною, станови-

тиме 3,6млн. євро [10]. Проекти реалізовуватимуться для покращення умов діяльності малих та середніх підприємств, підтримки спільного розвитку туризму, охорони навколишнього середовища, інституційного співробітництва та в соціально-культурній сфері.

Програма Румунія-Молдова-Україна охоплює територію Чернівецької й Одеської областей, які є основними з боку України. Операційна програма надає підтримку людям, що проживають на прикордонних територіях для розвитку економіки прикордонної території, для протистояння екологічним проблемам і підвищення їх готовності до надзвичайних ситуацій. Програма також сприятиме взаємодії між людьми і громадами, що проживають на прикордонних територіях. Бюджет Операційної програми складає 126,72 мільйонів євро на період 2007 - 2013рр.[11].

В грудні 2010 року Європейська Комісія попередньо погодила фінансування 7 крупних проектів запропонованих в рамках вищезгаданої програми на загальну суму 37 млн. евро [12]. З 7 проектів - 3 проекти спрямовані на розвиток транскордонної інфраструктури, 3 – в сфері захисту навколишнього середовища та аварійної готовності та 1 проект – в енергетичній галузі [12].

Багатосторонньою програмою Чорне Море передбачено співробітництво регіонів Болгарії, Греції, Румунії, Туреччини, України, Арменії, Грузії та Молдови. З боку України в програмі беруть участь Одеська, Миколаївська, Херсонська, Запорізька, Донецька області, АРК Крим та м. Севастополь. Спільною операційною програмою охоплено технічну допомогу та заходи в рамках 3 пріоритетів, серед яких транскордонне співробітництво для соціально-економічного розвитку, співробітництво у сфері охорони навколишнього середовища, налагодження відносин у сфері культури та освіти. Програма "Чорне море" фінансується з фонду ЄІСП та Європейського фонду регіонального розвитку, окрім Туреччини, її участь в програмі буде фінансуватись з коштів Інструменту перед вступної допомоги.Попередньо, бюджет програми на 2007-2013 роки було встановлено у сумі 17,306 млн. євро: на 2007-2010 роки — 9,025 млн. євро, на 2010-2013 роки — 8,281 млн. євро [3].

В рамках першого конкурсу багатосторонньої програми Чорне море було подано 173 проекти з 10 країн-учасниць, 10 проектів подано українською стороною [13]. За результатами проведеного конкурсу, як було зазначено на щорічній конференції, що проводилась в рамках вищезгаданої програми 25 листопада 2010 року в м. Салоніки в Греції, прийнято остаточне рішення щодо затвердження 16 проектів у сферах економічного розвитку, туризму, охорони природи і навколишнього середовища та культурного співробітництва [13]. На жаль, українських проектів серед прийнятих немає.

Проте, враховуючи велику кількість заявок, поданих в рамках першого конкурсу заявок, що свідчить про високу зацікавленість з боку країн-учасниць, їх місцевих і регіональних органів влади, громадянського суспільства та недержавних організацій щодо участі у транскордонних проектах, Європейська комісія прийняла рішення про збільшення бюджету Програми на 2,990 млн.євро. Таким чином, загальний бюджет ЄІСП на період дії програм (2007-2013) в даний час становить 21, 296 млн. євро[13].

Отже, загальний обсяг коштів доступний в рамках програм транскордонного співробітництва ENPI CBC за участю України становить 398,87 млн. євро. З них 57% - кошти Європейського фонду регіонального розвитку та 43% - кошти безпосередньо Європейського інструменту сусідства і партнерства. Майже 80% коштів, призначених для реалізації вищезазначених програм припадає на такі програми, як Польща - Україна -Білорусь та Румунія - Україна - Молдова (46,7% та 31,8% відповідно). Детальний розподіл коштів по програмам наведено в таблиці 1 [14; 4].

Таблиця 1
Фінансування програм транскордонного співробітництва
ENPI CBC протягом 2007-2013 рр.,млн. євро

Програми	ERDF	ENPI	Всього
Польща / Україна / Білорусь	114, 45	71, 74	186, 20
Угорщина / Словаччина / Україна / Румунія	40, 97	27, 67	68, 64
Румунія/ Україна /Молдова	63, 36	63, 36	126, 72
Чорне море	8, 65	8, 65	17, 31

Розглянувши інструменти фінансування транскордонного співробітництва в рамках Європейського інструменту сусідства і партнерства можна стверджувати, що можливості транскордонного співробітництва прикордонних регіонів України істотно розширюються за рахунок допомоги, яка надається Європейським Союзом через його програми та ініціативи. Проте, для максимально ефективного використання фінансових можливостей, що надаються ЄС в рамках вищезазначених програм необхідно вирішити ряд проблем, серед яких:

- Невідповідність вітчизняного законодавства правовим нормам ЄС.
- Обмеженість можливостей учасників транскордонного співробітництва самостійно здійснювати обов'язкове співфінансування у розмірі 10 % від суми проекту прикордонного співробітництва.
- Слабка поінформованість потенційних бенефіціарів щодо можливостей Європейської політики сусідства як з української, так і з європейської сторін. Зокрема, у ЄС про Європейську політику сусідства знають 20% населення, а в найближчого сусіда України – Польщі цей показник становить 18% [15].
- Незначна частка економічної складової в реалізованих транскордонних проектах, які переважно мають політичну або культурну спрямованість. Наприклад, у рамках транскордонної програми добросусідства «Польща-Білорусь-Україна» INTERREG III A/Tacis CBC 2004-2006 частка реалізованих проектів в сфері туризму складала 10,0%, у сфері стимулювання економічного розвитку – 16,5%, у сфері підтримки демократії – 17,4%, у сфері культури та освіти – 50,0% [15].
- Обмеженість повноважень регіональних органів влади та місцевого самоврядування в сфері зовнішньоекономічної діяльності та транскордонного співробітництва.
- Низький рівень залучення недержавних установ, підприємств, а також громадських та неурядових організацій до здійснення заходів у рамках транскордонного співробітництва.

Висновки. Європейський інструмент сусідства і партнерства є основним фінансовим інструментом реалізації Європейської політики сусідства. Фінансове забезпечення транскордонного співробітництва в рамках ЄІСП здійснюється через спільні транскордонні програми, в 4 з яких Україна бере участь. Розробка спільних проектів в рамках вищезгаданих програм та їх ефективна реалізація сприятиме економічному та соціальному розвитку прикордонних регіонів, покращенню якості довкілля, налагодженню транскордонній співпраці.

З огляду на перелічені вище інституційні та організаційні проблеми, що існують у сфері транскордонного співробітництва України, необхідно здійснити ряд заходів, спрямованих на ефективну реалізацію транскордонних програм в рамках Європейської політики сусідства, активізацію транскордонного та єврорегіонального співробітництва, розробку нових і перспективних напрямів транскордонного співробітництва, а саме:

- Сприяти поінформованості потенційних бенефіціарів про існуючі програми транскордонного співробітництва. На офіційних веб-сторінках обласних, районних, міських державних адміністрацій необхідно розмістити перелік та умови відповідних програм ЄС, а також регіональну стратегію розвитку транскордонного співробітництва відповідного регіону.
- Децентралізувати функції державного управління, делегувати значну частину його повноважень органам місцевого самоврядування та іншим самоврядним інституціям, надати їм більшої самостійності у вирішенні спільних з регіонами сусідніх держав завдань регіонального розвитку.

Вирішення проблем, що існують у сфері транскордонного співробітництва в Україні сприятиме активізації тісної співпраці її прикордонних регіонів з європейськими суб'єктами транскордонного співробітництва та зростанню обсягів фінансової підтримки транскордонних проектів з боку Європейського Союзу.

Література

1. Cross-Border Cooperation within the European Neighbourhood and Partnership Instrument (ENPI) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/europeaid/where/neighbourhood/regional-cooperation/enpi-cross-border/index_en.htm
2. Commision Regulation (EC) No 951/2007 of 9 August 2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ: L: 2007:210:0010:0025:EN:PDF.
3. European Commission. European Neighbourhood and Partnership Instrument (ENPI) - Cross-border Co-operation Programmes [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.euroresources.org/fileadmin/user_upload/PDF_country_and_ Programme _profiles/ec3.pdf
4. Примітка. Дані по програмі Чорне море не враховують додаткового збільшення її бюджету.
5. Regulation (EC) No 1638/2006 of the European Parliament and of the Council of 24 October 2006 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/europeaid/where/neighbourhood/regionalcooperation/enpi-cross-border/documents/enpi_regulation_en.pdf
6. Засадко В.В. Транскордонне співробітництво в європейській політиці сусідства [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/ soc_ gum/prvs/2010_1/tom1/230.pdf
7. The cross-border cooperation programme Poland-Belarus-Ukraine 2007-2013 [Електронний ресурс]. –Режим доступу: http://www.cpe.gov.pl/201, pl-by-ua
8. Інформаційний бюлетень "Євроінтеграціний поступ України" за січень 2010 року[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.carpathia. gov.ua/ua/ 254.htm
9. Hungary-Slovakia-Romania-Ukraine ENPI Cross-border Cooperation Programme [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.huskroua-cbc.net/en/ information-about-the-programme
10. Grant contracts awarded and contracted during 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.huskroua-cbc.net/ uploads/ editors/e11_ publication _en_%20
11. Румунія-Україна-Молдова. Програма транскордонного співробітництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ro-ua-md.net/index.php? option=com_content&view=article&id=104&Itemid=133

12. The preliminary list of large scale projects has been approved [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ro-ua-md.net/index.php?option=com_ content& view=category&layout=blog&id=25&Itemid=117
13. Annual conference of the Black Sea Basin Program 2007-2013 Thessaloniki, Greece, on 25th of November 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.blacksea-cbc.net/index.php/eng/content/download/4140/87136/file/ Fourth %20Newsletter.pdf
14. Мокринська З. Фінансові аспекти транскордонного співробітництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.library.tane.edu.ua /images/ nauk_vydannya/iC8zIf.pdf
15. Засадко В.В.Транскордонне співробітництво України: тенденції, проблеми та перспективи розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu/Ekon/2009_7/09zvvcpr.pdf

Халед Махмуд Салута*

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНСЬКО-СИРІЙСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

Сирія належить до числа найбільших торговельних партнерів України серед країн Близького Сходу. Незважаючи на негативний вплив світової економічної кризи сталий розвиток торговельно-економічного співробітництва України з Сирією упродовж останніх років свідчить про наявність об'єктивних чинників, які визначають перспективність українсько- сирійського економічного партнерства.

Перспективи українсько-сирійського ТЕС визначаються відносною ємністю внутрішнього сирійського ринку, високими темпами (2,13% на рік) зростання населення країни, яке наразі складає близько 21 млн. чоловік, інтегрованістю Сирії до регіональних ринків та економічних процесів. Через певну політичну ізольованість та історичні умови формування промислового сектору Сирія належить до числа країн близькосхідного регіону, де існують можливості та умови для нарощування вітчизняного високотехнологічного та науковоємного експорту.

Аналіз поточних даних двосторонньої торгівлі свідчить про те, що торговельно-економічні відносини, зважаючи на позитивну динаміку їх розвитку в умовах політичної та соціально-економічної кризи в Сирії, набули сталого характеру та з урахуванням об'ємів українського експорту потребують уважного ставлення в контексті забезпечення національних інтересів України на цьому ринку та регіоні Близького Сходу в цілому.

Починаючи з 2000 р. включно до 2008 р. спостерігалося щорічне зростання двостороннього товарообігу між Україною та Сирією.

Задля об'єктивної оцінки реальних об'ємів торговельного співробітництва, а відповідно ємності сирійського ринку, необхідно враховувати різницю українських та сирійських статистичних даних. Дані Державної Служби Статистки України (ДССУ) та Центрального бюро статистики Сирії (ЦБСС) мають суттєву відмінність через те, що в Україні експортні товарні операції враховуються митною статистикою за країною призначення товарів, натомість товарний імпорт в Сирії — за країною походженням товарів.

За даними ДССУ у 2008 р. вітчизняний товарний експорт до Сирії досяг свого максимуму лісі склав 1,037 млрд. дол. США з позитивним для України сальдо у 929,4 млн. дол. США. За даними ЦБСС український товарний експорт склав 1,761 млрд. дол. США, при цьому його частка у загальному сірійському імпорті склала 9,79 % (третє місце після РФ та Китаю).

У 2009-2010 рр. українсько-сирійський товарообіг знизився з огляду на вплив світової фінансово-економічної кризи.

За даними ДССУ у 2009 р. вітчизняний товарний експорт до Сирії склав 753,286 млн. дол. США з позитивніш для України сальдо у 737,677 млн. дол. США. Водночас за сирійськими даними експорт українських товарів до САР склав 1,6 млрд. дол. США (10,5 %

* аспірант кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
Науковий керівник – д.е.н, професор Вергун В.А

© Халед Махмуд Салута, 2012

від загального товарного імпорту) та став найбільшим серед інших країн - торговельних партнерів Сирії.

У 2010 р. за даними ДССУ український експорт склав 646,816 млн. дол. США (- 14,14 %), а імпорт з Сирії— 44,569 млн. дол. США. За даними Міністерства економіки та торгівлі САР, обсяг українського товарного експорту до Сирії лише за 8 місяців 2010 р. склав близько 754,4млн. дол. США.

За даними ДСС України у поточному 2011 році за період січень — серпень експорт українських товарів до Сирії склав 590,54 млн. дол. США (152,9 % у порівняні з аналогічним періодом 2010 р.), імпорт — 33,435 млн. дол. США (111,5%). Позитивне сальдо торговельного балансу становить 557,105 млн. дол. США .

Таким чином, український експорт до Сирії в останні три роки (2008 - 2010 роки) за даними ДСС України склав близько 2600 млн. дол. США. Проте більш об'єктивними у даному контексті є інформація сирійської митниці, статистика якої ґрунтується на даних про країну походлсення товарів. За сирійським даними, у згаданий вище трирічний період до Сирії надійшло товарів українського походження на загальну суму 4652 млн. дол. США, що переконливо свідчить про важливість сирійського. ринку для України та необхідності здійснення адекватних заходів захисту вітчизняних економічних інтересів на сирійському ринку.

Економічні відносини є визначальними у стосунках між обома країнами. Домінуюче значення економічної складової у двосторонніх стосунках з Сирією зафіксовано результатами останніх двосторонніх заходів найвищого та високого рівнів, відповідними дорученнями Президента України та КМУ щодо шляхів подальшої активізації двосторонніх економічних стосунків, збільшення обсягів товарообігу та диверсифікації товарної номенклатури двосторонньої торгівлі, інвестиційного та науково-технічного співробітництва.

Відтак, збереження досягнутого рівня та розвиток економічних стосунків належить до числа пріоритетних завдань на сирійському треку зовнішньої політики України. Зважаючи на це актуальною за нинішніх кризових умов в Сирії є активізація зусиль України з широкого кола питань, покликаних стабілізувати внутрішнє становище.

Подальший розвиток нестабільності та загострення безпекової ситуації в Сирії має ризики переростання в економічний колапс, політичну та територіальну дезінтеграцію країни, та відповідно втрати для України вельми важливого економічного партнера.

У цьому зв'язку доцільно враховувати, що політика економічних санкцій, яка системно застосовується Заходом проти влади Президента Б.Ассада, перш за все, наносить шкоду власне народу Сирії, погіршує соціально-економічне становище більшості населення країни.

З урахуванням ситуації нестабільності, що наразі складається в Сирії, до числа стримуючих факторів розвитку двостороннього економічного співробітництва доцільно віднести наступні:

- триваючий кризовий стан внутрішньополітичної та соціально-економічної ситуації в Сирії, який посилюється економічними санкціями.

- відчутне скорочення в країні ділової активності, рівня споживання, та відповідно зменшення об’ємів сирійського імпорту.

- відтік в країні інвестиційних ресурсів, призупинення інвестиційної діяльності, перегляд урядом САР переліку інвестиційних проектів та відтермінування їх реалізації в рамках планів на 11-у П'ятирічку (2011-2015 рр.).

Позиція України, яка традиційно вважається дружньою країною по відношенню до

Сирії, таким чином, має враховувати чутливі інтереси САР та, перш за все, має бути орієнтована на підтримку курсу реалізації в країні політичних та економічних реформ.

Зважаючи на масштаби сирійської економіки рішуча підтримка, яка наразі демонструється Сирії з боку Росії, Китаю, інших країн БРІКС, Ірану, Пакистану та більшості країн Африки, при всій складності становища буде вагомим фактором нейтралізації потужного економічного тиску СС та США. Відповідно ніша сирійського ринку, яка до цього часу впевнено належала Україні, буде втрачена.

Одним із перспективних напрямків інтенсифікації двостороннього торгівельно-економічного та інвестиційного співробітництва між Україною та Сирією є підписання угоди про зону вільної торгівлі щодо якої наразі ведуться переговори.

Наразі сторонами практично узгодженим весь пакет документів по цій угоді, але доки ще не прийнято остаточного рішення щодо термінів її підписання поки що прийнято.

Угода про ЗВТ має виключно прагматичні економічні цілі, як для України так і для Сирії, політичній підтекст підписання цієї Угоди відсутній.

Зважаючи на необхідність підтримання діалогу та пошуку перспективних напрямків двостороннього співробітництва, які мають враховувати реалії поточної ситуації в Сирії та навколо неї. У даний час опрацьовується можливість візиту до України міністра економіки та торгівлі САР М.Шаара, який висловлює до цього особисту зацікавленість.

У ході візиту до України М.Шаар планує обговорити з українською стороною перспективи укладання Угоди про ЗВТ, підписати міжурядову угоду про постачання окремих, видів сільськогосподарської продукції.

Крім цього, сирійська сторона розраховує на обговорення питання про

застосування у двосторонній торгівлі бартерних (клірингових) взаєморозрахунків, зокрема, в частині постачання українських зернових до Сирії в обмін на сирійську нафту або іншу ліквідну продукцію, наприклад, фосфати. Об'єми закупівлі Сирією зернових оцінюються у поточному році близько 2 млн. тонн.

Застосовані США та ЄС економічні санкції створюють перешкоди фінансовим установам Сирії у здійсненні трансакцій в Євро та дол. США по зовнішньоекономічним операціям. У цьому зв'язку Центральний банк Сирії, зокрема, планує використовувати у зовнішніх операціях російський рубль. В рамках міжурядової російсько-сирійської комісії, яка нещодавно відбулася у Москві, були проведені переговори з провідними російськими'банками, які висловили свою готовність до співпраці у цьому напрямку.

У цьому зв'язку сирійська сторона планує обговорити з українськими партнерами можливості використання російського рубля та російських банківських установ у взаєморозрахунках.

З метою забезпечення економічних інтересів України в Сирії та регіоні Близького Сходу доцільною є реалізація наступних заходів:

- Зважаючи на поточний кризовий стан ситуації в Сирії першочерговим у даному контексті є утримання у середньостроковій перспективі досягнутих об'ємів українського товарного експорту на сирійський ринок.
- Підтримання регулярних стосунків на високому політичному рівні, ефективне використання механізмів Міжурядової українсько-сирійської комісії (МУСК), реалізація раніше досягнутих домовленостей, сприяння і візитам сирійських урядових делегацій матимуть вирішального значення для зміцнення економічної присутності України в Сирії.
- Доцільним є опрацювання питань про постачання української продукції та участі у проектах в Сирії на підставі застосування бартерних схем та використання російського рубля у взаєморозрахунках, що наразі є актуальним для сирійської сторони.
- Підписання Угоди про створення зони вільної торгівлі між Україною та САР, якій

сирійська сторона надає особливого значення в контексті розвитку відносин з Україною, окрім суто економічних чинників зменшення бар'єрів у двосторонній торгівлі надасть належний політичний імпульс розвитку двосторонніх стосунків.

Циганов С.С.*

ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Розглядаються проблеми інституційного забезпечення розвитку міжнародного банківського бізнесу в Україні. Аналізується сучасний стан і перспективи розвитку банківської сфери в Україні в умовах глобальної фінансово-економічної кризи

Ключові слова: міжнародний банківський бізнес, інституційне забезпечення

Problems of the international banking institutional provision in Ukraine are examined. The current state and prospects of the banking sector development in Ukraine taking into account the financial and economic crisis impact are analyzed.

Key words: international banking, institutional provision.

Постановка проблеми. Розвиток фінансової глобалізації руйнує ізольованість національних ринків і породжує складні взаємозв'язки різних сегментів єдиної світової фінансової системи. Це супроводжується стрімким зростанням фінансових потоків, різким збільшенням обсягів переливу капіталу, розширенням масштабів міжнародних кредитних та фондових ринків. Особливо активно ці процеси впливають на функціонування світової фінансової системи, зокрема на основні її суб'єкти – банки. На сьогодні в структурі міжнародних економічних відносин банки займають визначне місце, оскільки від їх діяльності залежить ефективність суспільного виробництва, а за посилення інтернаціоналізації вони стали найважливішими фінансовими посередниками, оскільки забезпечують фінансовими ресурсами й послугами всіх учасників зовнішньоекономічних зв'язків. Активно відбувається процес концентрації банківського капіталу через злиття й поглинання (ЗІП), розвиток глобальних інформаційно-фінансових мереж, що прискорює рух міжнародних фінансових потоків, зростає конкуренція на національних і міжнародних фінансових ринках, лібералізується економічна політика держав, особливо в розвинених країнах – основних постачальниках міжнародних фінансових ресурсів. Це сприяє транснаціоналізації банківського бізнесу.

Ступінь розробленості проблеми та її невирішені частини. Питання міжнародної діяльності банків є предметом дослідження провідних зарубіжних і українських учених-фінансистів. Серед дослідників значний внесок у розвиток теорії міжнародного банківського бізнесу зробили такі зарубіжні вчені, як М.Бірман, А.Верніков, Є.Жуков, В.Колесніков, К.Макконел, В.Енг.Максимо, Д.Михайлов, Я.Міркін, П.Роуз, Дж.Сінкі мол., В.Торкановський, В.Усоскін, А.Фельдман, У.Шарп та інші.

Дослідження міжнародної банківської діяльності та її регулювання в Україні, зроблені вітчизняними спеціалістами, такими як А.Гальчинський, В.Геєць, О.Барановський, І.Бураковський, О.Дзюблюк, М.Макаренко, В.Міщенко, О.Мозговий, Д.Лук'яненко, С.Науменкова, Ю.Пахомов, А.Рум'янцев, О.Ступницький, А.Чухно, О.Шнирков та інші.

---

* здобувач Інституту світової економіки і міжнародних відносин НАН України. Науковий керівник д. екон. наук, професор Румянцев А.П.

©Циганов С.С., 2012

Однак слід зазначити, що у вітчизняній економічній науці ще не достатньо повно висвітлені окремі теоретичні аспекти міжнародної банківської діяльності, сучасні світові тенденції та перспективи розвитку міжнародної діяльності вітчизняних банків.

Мета даної статті полягає у дослідженні проблем інституційного забезпечення міжнародної діяльності банківських установ в країнах із трансформаційною економікою, і зокрема в Україні в умовах фінансової глобалізації.

Викладення основного матеріалу. Важливу роль у забезпеченні соціально-економічного розвитку країни грає міжнародна економічна діяльність суб'єктів господарювання, і насамперед, банківських установ, яка пов'язана із обслуговуванням експортно-імпортної діяльності, залученням зовнішніх ресурсів і розміщенням їх в національну економіку, у створення і модернізацію основних фондів усіх галузей господарства, здійсненням міжнародних розрахунків, впровадженням новітніх банківських продуктів та технологій.

Міжнародна діяльність банків є достатньо складним економічним явищем, що обумовлено наступними обставинами. Перш за все, унаслідок складності і ризикованості цього процесу, вона повинна здійснюватися на основі ретельного перспективного аналізу, прогнозування зовнішніх умов (стану макроекономічного середовища й інвестиційного клімату приймаючої країни, кон'юнктури ринку банківських послуг і його окремих сегментів, особливостей оподаткування і державного регулювання банківської діяльності) і внутрішніх умов (об'єму і структури ресурсної бази банків, етапів їх життєвого циклу, цілей і завдань розвитку, відносної прибутковості різних активів з урахуванням чинників ризику і ліквідності і ін.), імовірнісний характер яких ускладнює формування кредитно-інвестиційної політики.

Крім того, визначення основних напрямів міжнародної діяльності банків пов'язане з масштабними проблемами дослідження і оцінки альтернативних варіантів інвестиційних рішень, розробки оптимальної, з позицій прибутковості, ліквідності і ризику моделі економічного розвитку. Істотно ускладнює вироблення напрямів міжнародної діяльності мінливість зовнішнього середовища діяльності банків, визначального необхідність періодичного коректування кредитно-інвестиційної політики, обліку прогнозованих змін і вироблення системи оперативного реагування. Тому, формування кредитно-інвестиційної політики банків пов'язане з істотними труднощами навіть в умовах економіки, що стійко розвивається.

Масштаби й ефективність міжнародної діяльності банків багато у чому визначаються станом господарського законодавства у цілому і спеціального законодавства, що регламентує цей вид діяльності. Створення сприятливих умов, що забезпечують зацікавленість потенційних іноземних інвесторів у вкладенні коштів у розвиток економіки приймаючої країни, особливо у капітальних вкладеннях із тривалими термінами їх окупності залежить від спеціального законодавства [1;2]. Міжнародна економічна діяльність для банківських установ може бути привабливою тільки у тому випадку, якщо вони будуть впевнені у можливості захисту своїх законних прав і інтересів у процесі здійснення інвестування.

Включення України в глобальні економічні процеси є неминучим, але водночас потребує обстоювання національних інтересів та забезпечення оптимальних умов співіснування іноземного та вітчизняного капіталів. Особливо це стосується банківської системи, як головної складової фінансового сектору. Адаптація до міжнародних стандартів прискорить інтеграцію вітчизняної фінансової системи у світову і сприятиме прогресивним перетворенням в економіці, позаяк значний вплив банків на функціонування українського і будь-якого середовища аксіоматичний [4, с.40].

Підходи урядів зарубіжних країн щодо законодавчого регулювання діяльності іноземного банківського капіталу визначається національними інтересами і залежить від ряду чинників. Якщо держава прагне привернути в країну капітал взагалі і банківський капітал зокрема, розширити спектр банківських послуг, підсилити конкуренцію в банківському секторі і т. д., вони проводить політику лібералізації. І навпаки, побоювання втратити контроль за банківською сферою, надмірно підсилити конкуренцію і тим самим завдати збитку національним банкам, сприяти захопленню зарубіжним капіталом ключових позицій в провідних галузях промисловості або відтоку ресурсів за межі країни спонукають вводити обмеження на діяльність банків з іноземною участю [5, с.50]. Під впливом цих чинників, а також особливостей економічної і політичної обстановки в окремих країнах і складається курс відносно регулювання діяльності зарубіжного банківського капіталу.

В окремих дослідженнях з проблем розвитку міжнародного банківського бізнесу зазначено, що застосування окремих обмежень для стримування руху потоків іноземного капіталу є необхідним і виправданим, передусім у трансформаційних економіках. В умовах, коли поглинання банків у країнах Центральної та Східної Європи набуло значних масштабів, надзвичайно важливо визначити і зафіксувати на законодавчому рівні оптимальну міру участі іноземного капіталу у банківській системі країни [3; 6; 7; 9].

У більшості розвинених країн політика обмеження цієї діяльності, характерна була для післявоєнних років, під впливом розвитку інтеграційних процесів, зміцнення національних банківських систем, а також необхідності залучення зарубіжного капіталу поступово замінилася політикою надання філіям і дочірнім компаніям іноземних банків національного статусу.

Проте у ряді країн – наприклад, в Австралії, Аргентині, Данії, Ісландії, Новій Зеландії, Норвегії, Фінляндії, Швеції – до недавнього часу продовжували зберігатися істотні обмеження, а деколи і повна заборона на діяльність банків за участю іноземного капіталу.

Як показує світовий практика, всі країни за ступенем присутності іноземного капіталу у банківських системах можна умовно поділити на три основні групи:

– країни, із розвиненими фінансовими системами в яких майже немає іноземних банків (наприклад, у США, Німеччині, Франції, Швейцарії, Японії частка іноземних банків не перевищує 5–8 %);

– країни, де іноземний капітал домінує, і можна говорити про повний іноземний контроль над місцевим банківським сектором (наприклад, Нова Зеландія, країни Азії та Африки);

– країни, у яких рівень присутності іноземних банків коливається від 15 до 70% активів банківської системи (наприклад, країни ЦСЄ та СНД) [12, с. 19].

Питома вага присутності нерезидентів у банківській системі визначається режимом їх доступу, який має широку градацію та корелює з економічними потребами в іноземному капіталі і з чинниками політичного характеру.

Досвід деяких країн говорить про те, що обмеження за звичай полягають у вибірковому доступі лише певних банків на вітчизняний ринок, наприклад, лише торгові та інвестиційні банки. Так було в Аргентині. Інша поширена практика впливу на діяльність іноземних банків полягає в обмеженні долі зарубіжного капіталу в сукупному банківському капіталі країни. У Австралії до 1985 року участь іноземного капіталу в місцевих банках обмежувалася 50%, а участь в провідних банках країни ("трейдінг бенкс") заборонялася взагалі. У Данії обмеження на долю зарубіжного капіталу в сукупному банківському капіталі країни були відмінені лише в 1974 р. [3, с. 126].

Після укладання угод в межах СОТ щодо лібералізації фінансових послуг, більшістю країн було знято обмеження на діяльність іноземних банків. Спочатку іноземні банки на-

давали перевагу роботі лише у міжнародних фінансових центрах розвинених країн, але в процесі приватизації банківського сектора проникли в країни, що розвиваються. Іноземні банки зайняли лідируючі позиції на ринках Центрально-Східної Європи та Латинської Америки. Меншою мірою експансія торкнулась місцевих ринків Азії і Африки [12, с. 150].

На думку аналітиків, Україна йде шляхом країн Центральної і Східної Європи, де від 60 до 90% банківського капіталу сконцентровано в руках нерезидентів. І місцеві експерти не завжди позитивно оцінюють вплив іноземного банківського капіталу на економіку країни. Крім того, з моменту вступу України у СОТ іноземні банківські групи дістали право відкривати в Україні свої філії, що значно збільшить як конкуренцію, так і ризики всієї фінансової системи. Ризики полягають у тому, що банки вкладають кошти переважно в іпотечні кредити, і у разі кризи на перегрітому ринку нерухомості їх чекають проблеми [9, с. 10].

Потужна банківська система є необхідною умовою забезпечення сталого економічного зростання в Україні. Вітчизняні банки проходять серйозну перевірку часом в умовах постійних економічних трансформацій. Швидка зміна умов функціонування, відкритість зовнішньому середовищу, схильність до внутрішніх перетворень спонукають банківську систему до постійного удосконалення. Рівень розвитку економіки значною мірою залежить від її стану.

Основою для зміцнення банківської системи України, підвищення її надійності та стійкості до криз, проведення ефективної кредитно-інвестиційної діяльності є достатній рівень її капіталізації. Як відомо, сумарний власний капітал усіх банків нашої країни станом на 01.01.2011 р. становив 137,7 млрд. грн. (17,2 млрд. дол. США). Питома вага власного капіталу в пасивах банків на 01.01.2011 р. становила 14,6% [10].

Стрімке зростання присутності іноземного капіталу у вітчизняній банківській системі нами пояснюється й пов'язується не зростанням економіки і меншою конкуренцією на внутрішньому ринку, а в першу чергу – глобалізаційними процесами. Загалом частка участі іноземного капіталу в банківській системі України становить більше 40 %. Слід зазначити, що протягом 2001 – 2010 рр. кількість банків з іноземним капіталом збільшується (табл. 1[10]). Динаміка присутності іноземного капіталу в банківському секторі України за цей період характеризується різною інтенсивністю.

Сьогодні ці кредитні інститути зайняли певну нішу на ринку, однак не можна однозначно стверджувати, що банки з іноземним капіталом істотно потіснили банки з українським капіталом. Але протягом 2008 – 2009 рр. тенденція зростання частки іноземного капіталу загальмувалась. Кількість банків з іноземним капіталом, зросла у 2010 р. до 55 банків (при 21 у 2001 р.).

Таблиця 1.

Іноземний капітал у банківському секторі України в 2001–2010 рр.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Кількість зареєстрованих банків	189	182	179	181	186	193	198	198	197	194
Кількість діючих банків	152	157	158	160	165	170	175	184	182	176
з них: з іноземним капіталом	21	20	19	19	23	35	47	53	51	55
у т.ч. зі 100 % іноземним капіталом	6	7	7	9	9	13	17	17	18	20
Сплачений зареєстрований статутний капітал банків, млрд. грн.	4,6	6	8,1	11,7	16,2	26,3	42,9	82,5	119,2	145,9
Частка іноземного капіталу у статутному капіталі банків, %	12,5	13,7	11,3	9,6	19,5	27,6	35	36,7	35,8	40,6

Незважаючи на гальмування інвестування іноземного капіталу в банківську систему України у 2008 р., у період з 2001 по 2010 рр. цей процес активно розвивався. Так кількість банків з іноземним капіталом за десять років зросла на 34 банки, а з 100% капіталом на 14 банків. Відповідно значно зросла і частка іноземного капіталу в банківській системі України – з 12,5% у 2001 р. до 40,6 % у 2010 р., тобто на 28,1 % [10].

В цілому, прихід іноземних банків до України пояснюється інтересом до економіки, що поступово розвивається, і ненасиченого ринку банківських послуг. Також іноземні банки в Україні можуть отримати більшу норму прибутку (через високий ризик самих інвестицій), аніж у «своїх» країнах.

Якщо на початкових етапах стратегія присутності банків з іноземним капіталом в Україні визначалася потребою обслуговування іноземних компаній, які розгортали бізнес на українських ринках, або крупних українських підприємствах – суб'єктах зовнішньоекономічної діяльності, у ряді випадків – орієнтацією на розширення клієнтської бази за рахунок привабливих вітчизняних підприємств та спекулятивною діяльністю в період надвисокої дохідності ОВДП, то останнім часом стратегія приходу іноземного фінансового капіталу на український ринок змінюється у бік сегментів споживчого та іпотечного кредитування для домогосподарств [11, с. 46].

Таким чином, іноземний капітал займає дедалі значніше місце в банківській системі України. І загалом підвищення його ролі позитивно впливатиме на розвиток банківської системи загалом внаслідок посилення конкуренції.

У довгостроковому плані відкриття внутрішнього кредитного ринку для іноземних банків відповідає інтересам України, оскільки вони можуть сприяти притоку в країну зарубіжного капіталу і її інтеграції в систему міжнародних фінансових відносин, а також надати позитивний вплив на діяльність української банківської системи через механізм загострення конкуренції. Менш визначеними бачаться короткострокові наслідки лібералізації режиму допуску іноземних банків на український ринок. Ця невизначеність стосується і можливих масштабів припливу західного банківського капіталу, і основних напрямів їх діяльності, і наслідків загострення конкуренції для вітчизняних банків. Вирішення цих питань навряд чи можливо без накопичення практичного досвіду, аналіз якого дозволив би виявити як позитивні, так і негативні сторони діяльності зарубіжних банків з погляду українських інтересів, знайти шляхи і засоби розвитку перших і нейтралізації других [7, с. 53].

Допуск іноземних банків на вітчизняний ринок має як позитивні, так і негативні аспекти, які полягають у втраті суверенітету у сфері монетарної політики, можливому посиленні нестабільності, несподіваних коливань ліквідності банків, імовірного відпливу фінансових ресурсів. Тому ми підтримуємо Асоціацію українських банків (АУБ), яка виступає за законодавче обмеження діяльності в Україні банків за участю іноземного капіталу, переліку здійснюваних ними операцій, а також їхньої частки у вітчизняній банківській системі [7; 11]. Зрозуміло, що іноземні банки здатні привести дешеві ресурси зі своїх стабільних економік і, володіючи новітніми технологіями – витіснити вітчизняні банки з національного ринку. Але, на наш погляд, такі банківські установи, в першу чергу, потрібні для того, щоб українські банки зростали до їхнього рівня, а не були ними поглинуті або приєднані.

У той же час існує велика зацікавленість української економіки у присутності банків з іноземним капіталом, основними прихильниками якої є промислові структури. на нашу думку, це пояснюється тим, що ставки у вітчизняній банківській системі занадто високі, терміни надання кредитів – надто короткі, а обсяги кредитів не задовольняють наявних потреб. Це особливо актуально для україни, основа економіки якої капіталомісткі галузі:

металургія, важке машинобудування, хімічна промисловість. а, як відомо, конкурентоспроможність продукції (робіт), послуг реальна лише за умови своєчасного оновлення виробничих фондів, джерелом якого може бути довгостроковий банківський кредит, у тому числі іноземний. тому іноземний капітал варто розглядати і як джерело інноваційної модернізації економіки України.

Висновки. Процеси розвитку міжнародного банківського бізнесу та виходу банків на світовий фінансовий ринок, підвищення ступеню їх прозорості та відкритості пов'язані з економічними інструментами, що забезпечують ефективне входження національних банків у сферу міжнародного конкурентного середовища. В розвиненій ринковій системі основними ланками зовнішньоекономічного механізму є валютна, податкова, фінансово-кредитна, цінова, митно-тарифна політики, розробка і здійснення яких набуває в Україні сьогодні окремого значення.

Держава має створити сприятливі умови для повномасштабної інтеграції всіх сегментів вітчизняної економіки, і насамперед, фінансового сектору до світового економічного простору, в першу чергу шляхом розвитку законодавства та розбудови відповідної сучасним умовам інфраструктури.

Розширення допуску іноземного капіталу в Україну потребує адекватних рішень, що мають виходити з стратегії розвитку національного банківського сектору. В той же час, за будь-якого варіанту розвитку вітчизняного фінансового сектору, нагальним для українських банків є підвищення рівня конкурентоспроможності, капіталізації, зниження собівартості банківських послуг, розширення фінансового інструментарію.

Література

1. Закон України «Про банки і банківську діяльність»// www.rada.gow.ua
2. Закон України «Про іноземні інвестиції» // www.rada.gow.ua
3. Верников А.В. Иностранные банки в переходной экономике: сравнительный анализ / А.В. Верников. – М.: ИМЭПИ РАН, 2005. – 304 с.
4. Дзюблюк О. Глобалізаційні процеси та участь іноземного капіталу у розвитку вітчизняної банківської системи // Банківська справа. – 2008. - № 2. – С. 37-45.
5. Другов А.А., Смовженко Т.С. К вопросу о регулировании уровня иностранного капитала в банковской системе (на примере Украины) // Деньги и кредит. – 2008. - № 4. – С. 49-52.
6. Козоріз М.А. Методологічні засади дослідження впливу іноземного капіталу на розвиток банківської системи України // Фінанси України. – 2007. - № 11. – С. 95-102.
7. Корнилюк Р. Вплив іноземних банків на розвиток кредитного ринку України // Банківська справа. – 2011. – № 4. – С. 50 – 59.
8. Міщенко В. Особливості посткризового реформування фінансового сектору України // Фінанси України. – 2010. – № 10. – С. 3 – 11.
9. Міщенко В., Набок Р. Іноземний капітал у банківській системі країн Центральної та Східної Європи. Уроки для України // Банківська справа. – 2006. - № 5-6. – С.3-14.
10. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]: – Режим доступу: www.bank.gov.ua
11. Русинский А. Иностранные банки в Украине: 15 лет истории // Финансовые риски. – 2008. - № 1(50). – С. 44-49.
12. Шпіг Ф.І. Банківська конкуренція під впливом іноземного капіталу: Монографія. – Суми: Ділові перспективи. – 2006. – 288 с.

Шапран О.*

ДИНАМІКА ОСНОВНИХ ПАРАМЕТРІВ СВІТОВОГО РИНКУ НАФТОПРОДУКТІВ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Основними довгостроковими факторами формування кон'юнктури світового ринку нафти є [1, с. 34]: діяльність об'єднання нафтовидобувних країн ОПЕК, яка направлена на підтримку стабільних високих цін на нафту та їх збільшення; обсяги запасів та видобування нафти, які у найближчому майбутньому можуть бути не в змозі задовольнити зростаючий світових попит на світовому ринку нафти; швидкозростаючий попит на світовому ринку нафти як зі сторони розвинених країн – США, Західної Європи, так і з боку Китаю та Індії; діяльність основних імпортерів нафти, у першу чергу США, щодо пошуку шляхів стабілізації забезпечення нафтою, зменшення її ціни на світовому ринку.

Різке підвищення цін на нафту у першій половині 2008 р. у черговий раз поставило питання про забезпечення світової економіки енергоресурсами на перший план. Аналіз даних свідчить, що за збереження нинішнього рівня споживання власні запаси нафти Північної Америки і Західної Європи будуть використані упродовж десятиліття. Навіть з урахуванням досить поміркованої політики ЄС з обмеження споживання енергоресурсів це означає, що своєрідний розподіл праці (коли нафту видобувають на Близькому Сході, в Африці і Південній Америці, а споживають США, Канада, Китай, Японія, Індія та країни Західної Європи) зберігатиметься на середньотермінову перспективу. При цьому США зацікавлені в тому, щоб країни Азії, особливо Китай, задовольняли свої потреби у вуглеводнях з російських або казахстанських джерел і не конкурували з США на ринках Африки і Близького Сходу.

За даними останньої доповіді Міжнародного енергетичного агентства (МЕА), сьогодні світ щоденно споживає 84 млн. барелей нафти. Таким чином, в умовах надлишку пропозиції нафти на світовому ринку її ціна постійно зростає. Темпи економічного зростання, приріст населення, динаміка споживання і специфіка процесів внутрішнього накопичення в різних країнах світу, а також науково-технічний проґрес і глобальні зміни клімату відносять до основних факторів, що спричиняють специфіку глобального вектора розвитку цінових параметрів енергетичних ринків.

Більшість провідних теоретиків і практиків схиляються до думки, що підвищена волатильність цін на нафту зумовлена дисбалансом попиту та пропозиції. Однак , не варто нехтувати й спекулятивними операціями, що також формують сучасну динаміку цін на енергоносії і спричиняють їх різкі коливання. [2, с. 52]

Без сумніву, одним із факторів, що підвищує нестабільність до рівня глобального дисбалансу, є суттєве зменшення запасів нафти у провідних ТНК США і Західної Європи, оскільки родовища, які вони розробили, близькі до вичерпання, а національні нафтові корпорації країн ОПЕК, навпаки, мають великі запаси нафти, підтримку урядів та міжнародних організацій щодо перспектив освоєння нових ринків збуту. Крім того, не

* аспірантка кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: доц. Мазуренко В.П.

© Шапран О., 2012

останню роль в обмеженні доступу енергетичних ТНК до закордонних родовищ відіграє політика урядів-власників родовищ, спрямована на трансформацію галузевої структури країн до скорочення сировинної спрямованості економіки та експорту (Казахстан, Венесуела, Алжир, Нігерія та ін.).

Таким чином, у першому наближенні можна сформулювати висновок про те, що джерелом нестабільності глобального енергетичного ринку є суперечливі інтереси енергетичних ТНК, з одного боку, та неадекватне пристосування їхньої поведінки до середовища, породжене тими самими ризиками, з іншого. Така двояка роль ТНК зумовлює необхідність об'єктивного аналізу глобального енергетичного ринку з метою врахування окресленого феномену.

У результаті змін у геополітичному та економічному вимірах перед світовим енергетичним ринком постали нові проблеми, що потребують негайного розв'язання. До таких проблем можемо віднести необхідність пошуку ресурсів для розвитку в довготривалій перспективі та збільшення біржової вартості корпорацій. Енергетичні корпорації намагаються розв'язати ці проблеми за допомогою перебазування пошуково-розвідувальних робіт у віддаленіші райони, більшою мірою залучаючи інші корпорації для управління операціями, які належать до основних видів діяльності, чи спрямованих на підвищення якості оперативного управління.

У світовому нафтогазовому секторі – складової світового енергетичного ринку, продовжують домінувати транснаціональні вертикально-інтеґровані корпорації BP, Shell і ChevronTexaco й великі національні нафтові корпорації Aramco та Nigerian National Oil Company. В усіх реґіонах світу вони забезпечують стратегічні напрямки розвідки та експлуатації родовищ. Їм належить більше 95% потужностей нафтопереробки в світі. Ці великі конґломерати, що діють у кількох географічних реґіонах, здатні керувати всім ланцюгом виробництва у нафтогазовій галузі – від розвідки запасів сировини до постачанням кінцевого продукту споживачеві.

Література

1. Бурлака Г.Г., Поп Г.С. Нефть и газ в современной экономике / НАН Украины; Ин-т биоорганической химии и нефтехимии. – К.: ЗАТ «Віпол», 2009. – 296 с.
2. Бурлака В.Г., Шерстюк Р.В. Трансформация рынков нефти и газа: Монография. – К.: НАУ, 2009. – 320 с.

Бех К.*

РОЛЬ КУЛЬТУРНОЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ В СУЧАСНОМУ МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Однією з найбільших небезпек, з якими стикається компанія, що вперше виходить на ринок іншої країни, є небезпека поганої інформованості про особливості іншої культури. Ведення бізнесу в умовах іншої культури вимагає його адаптації до системи цінностей і норм цієї культури. Адже те, що спрацьовує в умовах однієї культури, може виявитись абсолютно непридатним для іншої.

Знання особливостей іноземної культури необхідне, щоб:

1. Бути підготовленим до незвичної поведінки іноземних партнерів на переговорах, передбачити їхню поведінку та завоювати їхню прихильність. Адже треба враховувати те, що американці цінують індивідуалізм, безпосередність і пунктуальність, а японці звикли до дискусії віч-на-віч і прийняття рішень шляхом консенсусу. Американці, як правило, приходять на ділову зустріч добре інформованими, зорієнтованими на відкритий діалог. А для партнерів з Азії та Японії більш важливим є згода в групі, консенсус і можливість обговорити пропозиції та дії; вони рідко приймають рішення негайно. Індонезійські колеги вважають, що важливі наради повинні починатися й закінчуватися промовою найстаршого за посадою, вони звикли до частих перерв на каву із закусками й виділяють певний час на свої щоденні молитви. Індонезійці звикли запрошувати сторонніх спеціалістів на зустрічі чи наради й не вважають поганим тоном розмовляти між собою навіть під час чиєїсь промови, якщо ця розмова стосується справи [3, с. 180-181].

2. Уникнути протиріч рекламної кампанії фірми з культурними традиціями певної країни. До прикладу, декілька років назад японські телеглядачі побачили рекламу мила компанії “Procter & Gamble”, де чоловік японки зайшов до ванної кімнати, коли та приймала ванну. Поки вона розповідала йому про прекрасне нове мило, яким вона користувалась, він погладив її плече й натякнув, що його цікавить дещо більше, ніж її мило. В багатьох японських глядачів це викликало обурення, бо вони сприймали це як вираз поганих манер у чоловіка, якому не слід було вдиратися до ванни, коли там милась його жінка [1, с. 58].

3. Визначити, на яких перевагах товару варто робити акцент. Наприклад, спеціалісти по маркетингу виявили, що канадці англійського походження віддають перевагу милу, яке гарантує чистоту, в той час як канадці французького походження полюбляють мило з приємним ароматом. Таким чином, у рекламі мила “Irish Spring” компанії “Procter & Gamble”, призначеній для англомовних канадців, були підкреслені дезодоруючі властивості мила, а в рекламі для франкомовних канадців акцент робився на його приємному ароматі [6, с. 171].

4. Пристосувати товар відповідно до культурних і релігійних традицій певної країни. Не секрет, що хоча американські страви “фаст-фуд” залишаються ключовими в меню

* студентка 3 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: ас. Буряк Г. С.

© Бех К., 2012

“McDonald’s”, до нього додаються й місцеві продукти [2, с. 105-106]. А іспанська фірма “САЛА РІЄРА”, яка займається випуском м’ясних продуктів уже більше ніж 150 років, пішла ще далі. Вона почала виготовляти ковбаси не тільки без сала, а й без свинини — спеціально для мусульманських країн. За смаком їх неможливо відрізнити від справжніх навіть фахівцям-дегустаторам [4, с. 46].

5. Врахувати специфічні смаки та вподобання споживачів певного ринку. Так, наприклад, коли компанія “Procter & Gamble” випустила свої підгузки, розроблені в Америці, на ринок Японії, вони виявилися надто об’ємними, як на смак споживачів цієї країни. Тому японці більше віддавали перевагу вітчизняному виробнику “Као”, який розробив партію компактних підгузок. Згодом “Procter & Gamble” модифікувала свій товар відповідно до вподобань японських споживачів [5, с. 486].

6. Визначити та передбачити появу головних конкурентів. До прикладу, вже відомі нам, створені для японського ринку облягаючі підгузки “Као” почали користуватися величезним попитом і серед американських покупців [5, с. 486].

7. При виборі країни для розміщення виробничих потужностей та ведення бізнесу. Так, наприклад, виникатимуть труднощі при веденні бізнесу в країнах, де є значне розшарування суспільства, багато різних мовних і релігійних груп. Адже в такій країні можна очікувати виникнення численних конфліктів між менеджерами й рядовими працівниками, між різними мовними та релігійними групами, а це може призвести до соціальних та економічних негараздів і негативно впливатиме на величину витрат на ведення бізнесу [5, с. 148].

Отже, з усього вище сказаного можна зробити висновок, що не слід недооцінювати роль культурної диференціації в сучасному міжнародному бізнесі. Незважаючи на сьогоднішній всеохоплюючий характер глобалізації, необхідною умовою для досягнення бізнесового успіху в різних країнах були, є і ще довгий час будуть знання та розуміння різних культур.

Література

1. Aswathappa K. International Business, 4/e [Text] — New Delhi: Tata McGraw Hill, 2010. — 775 p.
2. Brady, Donald L. Essentials of international marketing [Text] / by Donald L. Brady — New York: M.E. Sharpe, Inc. — 2011. — 394 p.
3. Wall, Stuart. International Business [Text] / Stuart Wall, Sonal Minocha, Bronwen Rees — 3rd ed. — Essex: Pearson Education, 2010. — 449 p.
4. Гаркавенко С.С. Маркетинг [Текст]: підручник. — 5-те вид. доп. — К.: Лібра, 2007. — 720 с.
5. Гіл, Чарлз В.Л. Міжнародний бізнес [Текст]: Конкуренція на глобальному ринку / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Ткачук. — К.: Видавництво Соломії Павличко “Основи”, 2001. — 856 с.
6. Гриффин Р., Пастей М. Международный бизнес. 4-е изд. [Текст] / Пер. с англ. под ред. А. Г. Медведева. — СПб.: Питер, 2006. — 1088 с.

Карп О.*

МІЖНАРОДНЕ ЕКОНОМІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

В сучасних глобальних умовах розвитку світового господарства з метою досягнення конкурентних переваг на міжнародному рівні перед Україною постають нові виклики, які базуються на основі інтенсивного науково – технічного прогресу. Виходячи з цього актуальним постає для України питання міжнародного співробітництва в науково – технічній сфері з метою інтеграції у міжнародне інноваційне середовище.

Науково-технічне співробітництво є важливою складовою всього комплексу міжнародних економічних відносин нашої держави, оскільки саме інтелектуальний потенціал суспільства дозволяє оптимізувати прийняття будь-яких державних рішень.

Слід відзначити, що останнім часом у науковій і науково-технічній політиці України хоча й відбулися певні цільові зрушення, проте продовжується занепад науково-технічної галузі суспільного виробництва, а власне виробництво залишається таким, що мало сприймає інновації. Про це, зокрема, свідчать зазначені нижче тенденції: 1) різке зменшення попиту виробничого сектора на науково-технічні розробки, викликане занепадом насамперед високотехнологічних виробництв, які потрапляють під значний податковий тиск, та нестачею на підприємствах обігових коштів; 2) зменшення державної підтримки науки в усіх економічних програмах, спричинене бюджетними дефіцитами, вимогами іноземних кредиторів, політичною та економічною нестабільністю, відсутністю стратегічних програм розвитку чи їх невиконанням; 3) руйнація системи матеріально-технічного забезпечення наукових досліджень, зумовлена зростанням цін на комунальні та інші послуги, на наукове устаткування; 4) проблеми, пов’язані з конверсією військово-промислового комплексу, яка здійснювалася без додаткового фінансування, під наглядом спостерігачів, під тиском із боку іноземців; 5) труднощі становлення національних систем керування наукою і технікою, що виникли через відсутність низки оптимальних заходів організаційного, правового та економічного забезпечення становлення та саморозвитку інноваційного сектора, формування відповідної інфраструктури, економічного інтересу, політичного впливу; 6) різке падіння престижу наукової праці, зумовлене, з одного боку, хронічними для 1990-х років невиплатами зарплати й нестачею державних пільг і субсидій у науковій та інноваційній діяльності, а з іншого, викликане занепадом складних і наукоємних виробництв, відсутністю перспектив вітчизняної легальної комерційної реалізації наукового продукту; 7) слабка соціальна захищеність науковців, що супроводжується «відтоком» інтелектуального потенціалу країни, скорочення штатів, раніше існуючі й нові “технологічні” затримки і перепони на шляху наукових досліджень і кар’єрного зростання.

З огляду на відповідні проблеми активізація державних інтеграційних процесів у науково – технічній сфері, а також співробітництво з країнами СНД та ЄС забезпечить ста-

* студентка 4 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: ас. Глухова Д.А.

© Карп О., 201

лий економічний розвиток та високий рівень міжнародної конкурентоспроможності. Йдеться про глобалізацію та інтернаціоналізацію світової економіки, широке використання інформаційних технологій, формування «економіки знань» (інформаційної економіки), інтернаціоналізацію наукових досліджень.

Системним проявом цих тенденцій є зміна форм і механізмів міжнародного співробітництва, що вимагає від нашої держави таких дій:

- забезпечення інформаційної та науково-технологічної безпеки України;
- формування інфраструктури, яка обслуговуватиме науково-технічну сферу;
- програмно-цільове здійснення переходу до інноваційного шляху розвитку;
- забезпечення оптимальних форм та ефективних механізмів участі України в регіональних, міжрегіональних і глобальних процесах співробітництва у сфері науки, технологій та наукоємних виробництв;
- підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної наукоємної продукції, вихід України на сучасні ринки інтелектуальних продуктів, наукомістких товарів і послуг.

Усе це вимагає переходу від окремих інвестиційних, науково-технічних та соціально-економічних програм до комплексних програм інноваційно-технологічного розвитку. Крім того, слід задіяти організаційно-науковий і науково-інформаційний потенціал СНД, зосередившись на вдосконаленні системи управління науковим і науково-технічним співробітництвом, насамперед українсько-російським.

З огляду на прийняте керівництвом нашої держави політичне рішення про рух України в напрямі до ЄС стає очевидною необхідність низки дій щодо полегшення адаптування нашої країни до європейського наукового простору та використання досвіду організації європейських рамкових програм. По-перше, необхідно підвищити рівень поінформованості української наукової спільноти про міжнародне науково-технічне співробітництво. По-друге, необхідна участь української наукової організації в проектах, що перемогли в тендерах 6FP. По-третє, слід активізувати участь України у загальноєвропейських програмах (COST (співробітництво в галузі наукових досліджень) та EUREKA (співробітництво з метою реалізації наукових досягнень у промисловості)). По-четверте, потрібно створити національний центр інноваційних пропозицій щодо міжнародного науково-технічного співробітництва за аналогією з європейськими IRC (Innovation Relay Center). По-п’яте, в Україні слід створити власний єдиний науковий простір, об’єднавши в ньому академічну, вузівську та галузеву науки. Мають діяти створені провідні центри (за європейською термінологією – Centeres of Excellence), де зосередяться дослідження за передовими напрямами, що узгоджуватимуться як з державними пріоритетами розвитку науки й техніки, які періодично затверджуються Верховною Радою, так і з європейськими.

Для досягнення відповідних цілей перед державою постає ряд завдань, а саме: вдосконалення та розширення правової бази інноваційної діяльності та міжнародної науково-технологічної кооперації, регулювання ринку інновацій, оцінка інтелектуальної власності, експорту й імпорту продукції, виробленої з її застосуванням; податкове, кредитне та страхове стимулювання інноваційних підприємств та організацій; інституційне забезпечення міждержавного економічного співробітництва в науково-технічній сфері.

Підсумовуючи, можна дійти висновку, що лише оптимальна наукова, науково-технічна та інноваційна політика стане запорукою успішного вирішення проблем двосторонніх та міждержавних відносин України. Важливим компонентом такої політики має стати Концепція державної політики у сфері міжнародного наукового та науково-технологічного співробітництва.

Козар А.*

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЯК ШЛЯХ ДО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

У сучасному світі ефективність інноваційної сфери стає вирішальним фактором забезпечення конкурентоспроможності національної економіки країни. Перехід до стратегії економіки, що базується на знаннях на основі інтелектуальних ресурсів, науки, інтелектуального капіталу, процеси трансферу результатів творчої діяльності у виробництво матеріальних та духовних благ сьогодні є важливими умовами на шляху до економічного прогресу.

Процеси підвищення ефективності виробничої структури, розвитку внутрішнього ринку мають відбуватися з огляду на стратегію інформаційно-інноваційної конкурентоспроможності і переходу до шостого технологічного укладу. Тому безальтернативною умовою утвердження України як високотехнологічної держави при інтеграції у світове господарство є перехід економіки на інноваційну модель розвитку. Сьогодні основними критеріями ефективного розвитку стають якість і швидкість впровадження нових інформаційно-технологічних систем та управлінських підходів. У розвинених країнах на частку нових знань, що втілюються в передових технологіях, припадає від 70 до 85% приросту ВВП [3].

Пріоритетами розвитку економіки на інноваційній основі є здійснення освітньої, наукової та науково-технічної діяльності, використання заходів з концентрації інвестиційних ресурсів на реалізації інвестиційних та інноваційних проектів [1].

Перед Україною постала необхідність пошуку нової економічної ідеології з відповідною національною ідеєю та стратегією подальшого розвитку. Як суб'єкт світового господарства, країна повинна уникнути ризику потрапити на периферію світового розвитку. Тому стратегічною ціллю повинна стати економіка інноваційного типу.

В Україні потрібно розвивати такі атрибути інноваційної економіки:

1. Людський капітал — його накопичення, примноження і ефективне використання творчих ідей, корисних інновацій (патенти, ліцензії, ноу-хау, запозичені і власні нові технології тощо), розвиток науки, освіти.

2. Венчурний бізнес, що спрямований на отримання високих прибутків і нових, в тому числі «проривних» технологій. Завдяки венчурному бізнесу створюються нові потужні компанії світових високотехнологічних лідерів.

3. Інфраструктура інноваційної системи (центри трансферу технологій, технопарки, технополіси, інноваційні центри, кластери, території освоєння високих технологій тощо). Слід врахувати зарубіжний досвід і створити більше технопарків, що зведуть фахівців світового рівня з «бізнес-ангелами», що вкладатимуть інвестицій. Чим вища концентрація висококваліфікованих фахівців у технологічному венчурному бізнесі країни, тим вищий синергетичний ефект, тобто віддача кожного з них.

---

* студентка 3 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: доц., к.е.н. Морозов В.С.

© Козар А., 201

4. Інноваційна промисловість, що реалізує нововведення. У розвиненій економіці інноваційна діяльність охоплює більше половини всіх підприємств по всіх видах економічної діяльності.

5. Сприятливе середовище, безпека громадян і бізнесу та конкуренція, що стимулює підприємців та менеджмент створювати нову інноваційну продукцію, щоб утримувати і розширювати свою нішу на ринку та збільшувати прибуток тощо.

Вступаючи в фазу постіндустріального суспільства, країна повинна дбати про створення всіх необхідних матеріальних, організаційно-правових, кадрових, психологічних умов для нарощування інноваційного потенціалу [2].

Наприклад, у Фінляндії функціонує велика кількість «бізнес-інкубаторів» (об'єднує університети, дослідні та виробничі центри, юристів та менеджерів, венчурні фірми), в яких майбутні, комерційно привабливі винаходи проходять шлях від ідеї до виготовлення конкурентоздатної продукції з високим попитом на світовому ринку товарів і послуг. Основна форма виділення бюджетних коштів – це надання безвідплатних субсидій, грантів під дослідні проекти на конкурсній основі. Як і в більшості розвинених країнах, характерним є те, що в Фінляндії відсутні будь-які пільги для тих, хто створює та запроваджує інноваційні розробки. Від успішних проектів держава отримує значне поповнення бюджету у вигляді податків. Також відомою є Силіконова Долина у США – сьогодні найкрупніший інвестиційний центр з кадрами найвищої кваліфікації [4].

На частку нових знань, які втілюються в передових технологіях, у розвинених країнах припадає від 70 до 85% приросту ВВП. Вони концентрують понад 90% світового наукового потенціалу і контролюють 80% глобального ринку високих технологій (обсягом 2,5—3 трлн. дол.) [3].

Сьогодні у світі існує понад 4 млн. патентів на винаходи. Світовий ринок технологій визначають 50-55 макротехнологій. Сім найбільш розвинених країн світу, освоївши 46 з них, контролюють 80% всього ринку інноваційної продукції [4].

Програма інвестиційно-інноваційного розвитку України визначає перехід до інноваційної моделі розвитку економіки. Головними проектами розвитку визначені металургійна галузь (точніше, новітні енергозберігаючі технології, реконструкція «Запоріжсталі», «Азовсталі», ММК ім.Ілліча), енергетику (модернізація теплових електростанцій), видобуток газу на шельфі Чорного моря [5].

У 2010 р. інноваційною діяльністю у промисловості займалися 1462 підприємства, або 13,8% загальної кількості обстежених промислових підприємств проти 1411 і 12,8% у 2009 р. [6]. У 2010 р. на нові технології було отримано 617 охоронних документів, у т.ч. 166 патентів на винахід, 407 – на корисну модель, 44 – на промисловий зразок; із загальної їх кількості 233 – мають патентну чистоту в інших країнах [7].

Отже, шлях інноваційного розвитку в умовах глобалізованого світу є головною умовою конкурентоспроможності країни. Україна повинна враховувати світовий досвід, адаптуючи його до свої умов для підвищення рівня вітчизняної економіки на внутрішньому і зовнішньому ринках, для розвитку науки, освіти, нових технології та модернізації виробництва.

Література

1. Постанова Кабінету Міністрів України від 2 лютого 2011 р. №389 «Про затвердження Програми розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні». // http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi? nreg=389-2011-%EF.

2. Головінов О.М., Федосєєва Ю.С. Інноваційний потенціал України: сучасний стан та перспективи розвитку // «Экономические науки»/2. Инвестиционная деятельность и фондовые рынки, 11, 2010 р. // http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/64066.doc.htm.
3. Коломієць Андрій. Шлях інновацій? // «Дзеркало тижня. Україна» №14, 15 квітня 2011 р.
4. Паладій Микола. Інноваційний шлях розвитку українського суспільства потребує нової економічної стратегії//Офіційний веб-портал Державної служби інтелектуальної власності України// http://www.sdip.gov.ua/ua/st1.
5. Стаття «Клюєв назвав пріоритети інвестиційної програми». Економічна правда, 02.02.2011. // http://www.epravda.com.ua/news/2011/ 02/2/269269.
6. «Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2010 році». Статистичний збірник Державного комітету статистики України. —Київ, ДП «Інформаційно-видавничий центр «Держстату України», 2011 р.
7. «Створення та використання передових виробничих технологій на підприємствах України у 2010 році». Аналітичні матеріали Державної служби статистики України// http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/ operativ2011/ni/analit/pvt_2010.zip.

Матвієнко Н.*

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ EXPERIENTIAL MARKETING

В даний час світ переживає чергову революцію в системі виробництва.

В індустріальну епоху відбувається міграція цінності – маржа, одержувана на сировину, падає, а центр створення доданої вартості переміщається до товарної економіки – виробництва готових товарів, де відносна маржа вище.

Оскільки додана вартість мігрує від сировини, товарів та послуг до вражень, кожний бізнес прагне включити в базис поставки враження, щоб збільшити додану вартість і уникнути міграції цінності. Виникає феномен, що називається економікою вражень.

Лінус Торвальдс, творець операційної системи Linux, стверджує, що все, що створила природа чи винайшла людина, історично проходить через три етапи:

1. Коли це використовують для виживання;
2. Коли стає частиною суспільного життя;
3. Коли це використовують для задоволення.

На відміну від послуги, враження не несе прямої економічної користі, його не можна негайно «спожити».

Якщо товарної складової у загальній вартості більше за все, ми говоримо про товар. Якщо основну додану вартість складає враження (хоча і товар, і послуга присутні), ми говоримо про враження [1].

Враження як продукт мають ряд специфічних особливостей. По-перше, враження невловимі – а це означає, що репутація постачальника вражень має надзвичайну важливість. По-друге, враження - «швидкопсувний продукт», їх не можна запасти про запас: якщо місця на виставі залишилися порожніми, за цю цінність вже ніколи не можна буде отримати ніякої виручки. Враження є дуже особистими – звідси їх висока варіабельність. Говорячи мовою сервісного операційного менеджменту, «закінченість» враження, на відміну від послуги, вкрай низька – враження передбачає «виготовлення» послуги прямо на очах у споживача, причому з його участю. У порівнянні з послугами, в індустрії вражень ще більше зростає важливість персоналу [4].

До речі, щодо залучення споживача. Англійське слово «experience» має широкий спектр значень: «досвід», «подія», «враження», «переживання» і навіть «кваліфікація». Коли ми говоримо про індустрію вражень, ми маємо на увазі всі ці значення одночасно. Так що індустрія вражень – це не тільки індустрія розваг, а й «індустрія залучення» [1].

Маркетинг вражень впливає на споживача наступним чином:

По-перше, споживачі на тлі вражень краще запам’ятовують інформацію про продукт.

По-друге, споживачі ототожнюють продукт (ТМ, бренд) за приємними емоціями, які отримують під час видовища.

По-третє, споживачі краще сприймають те, що виробник пропонує ненав’язливо: у споживача складається відчуття власного вибору.

* студентка 4 курсу, спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: доц. Мазуренко В.П.

© Матвієнко Н., 201

По-четверте, завдяки емоційній залученості, отриманий завдяки емоційній залученості отриманий позитивний ефект зберігається надовго.

По-п'яте, позитивні переживання забезпечують продукту повну лояльність.

Ті компанії, які освоять і раніше за інших почнуть застосовувати технології маркетингу вражень, зможуть протистояти конкурентам і забезпечать успішне майбутнє свого продукту [3].

Україна – типова індустріальна країна, тим не менш, сфера послуг розвивається у нас досить високими темпами, і поступово з'являється попит і пропозиція вражень. І це природно – у міру зростання добробуту середнього українця відбувається підйом по «піраміді потреб». Час задуматися, як в кожному конкретному бізнесі в міру міграції цінності створювати додану вартість вражень і тим самим зберегти і зміцнити свої позиції на ринку [1].

Короткий перелік порад щодо входження будь-якого бізнесу в економіку вражень включає в себе наступне:

1. Переосмислити свій товар або послуги. Клієнту має бути не важливо, що ви робите. Головне, що ви є.

2. Персоналізація вашого товару чи послуги. Що відбувається найчастіше?Людина хоче одне, отримує більш-менш схоже. Це називається споживчою поступкою. Сьогодні бізнес повинен зводити до мінімуму цю споживчу поступку, даючи людині проце те, що він бажає.

3. Діалог. Сьогодні бізнес повинен переходити від процессу маркетингу до маркетингу, спрямованого на кожну людину [2].

З усього сказаного випливає один, на перший погляд, парадоксальний, але цілком логічний висновок, що є базовим принципом економіки вражень: ви продаєте не тільки те, що ви зробили, але і те, хто ви є (Ви продаєте не тільки те, що ви робите , але й те, хто ви є).

«Економіка вражень» - це всього лише ярлик для позначення масштабного процесу міграції цінності, що протікає на наших очах. Найголовніше – створювати цінність, а всі теорії і ярлики слугують лише для того, щоб описати, як це краще робити [1].

Список використаних джерел

1. Введення в економіку вражень [Електронний ресурс] / Пекар В. – 2008 р. - Режим доступу: http://pekar.in.ua/ExperienceEconomics.htm
2. Маркетинг вражень: доповідь Валерія Пекара на VI Міжнародному Фестивалі Маркетингу [Електронний ресурс] / Стасюк І. - Режим доступу: http://www.personal-trening.com/node/5212
3. Маркетинг вражень: цілі, інструменти та методи впливу [Електронний ресурс] / Кужильова О., Тонкошкур Е. - Режим доступу: http://www.rusnauka.com/10_NPE_2010/Economics/62671.doc.htm
4. Що таке маркетинг вражень/ experiential marketing? [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.speakup.com.ua/files/aem.pdf

Милян М.*

НОВІТНІ ФОРМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Сучасний процес становлення та розвитку малого бізнесу відбувається в умовах різкого обмеження фінансових ресурсів державного та місцевого бюджетів, а також відсутності дієвої системи фінансування, кредитування та страхування підприємницької діяльності, тому важливого значення набуває встановлення тісної взаємодії малого і великого підприємництва з метою вирішення загальних проблем їх функціонування. Такою формою фінансової підтримки з боку великих підприємств є франчайзингова система. Саме вона є тією формою організації бізнесу, яка в комплексі з іншими ринковими структурами могла б стимулювати розвиток малого бізнесу в Україні.

В основі франчайзингу як особливої форми організації бізнесу можуть лежати принципи маркетингу або розподілу товарів. У такому разі "материнська компанія" зазвичай надає індивіду або іншій компанії право чи привілей здійснювати підприємницьку діяльність у відповідній формі в певний період і в певному місці. З одного боку, франчайзингова система допомагає малим підприємствам уникнути ряду перешкод із заснуванням і функціонуванням власного бізнесу, з іншого - як корпоративна структура вона обмежує діяльність франчайзі. Але все ж, для дрібних підприємців переваги від використання франчайзингу є більшими за недоліки.

Сьогодні франчайзинг став одним з найважливіших і актуальних тем для обговорення професійним співтовариством. Світова фінансова криза виявилася фатальною не тільки для малого бізнесу, а й для компаній - лідерів ринку у своєму секторі. Великі корпорації скуповують дрібніші, спостерігаються численні скорочення в різних структурах. Фахівці розходяться в думках з приводу подальшого розвитку франчайзингу. Одні вважають дану систему вигідним рішенням для виходу з кризової ситуації, що дозволить підвищити ефективність малого бізнесу. Інші дотримуються тієї думки, що в даний час франчайзинг тільки ускладнює економічну ситуацію в країні.

Відомо, що криза дає діловим людям можливість відкинути старі стереотипи і звернути увагу на вільні ніші ринку. При аналізі можливих інвестицій зараз на перший план виходить не рентабельність, а надійність бізнесу. І тут франчайзинг поза конкуренцією. За цією системою працює тільки успішний бізнес, що довів на практиці свою життєздатність.

Суть франчайзингу саме в тому, що підприємець починає власний бізнес за всебічної підтримки досвідченого партнера і миттєво отримує лояльних споживачів. Така допомога була особливо важливою в умовах кризи, коли тактика ведення бізнесу стала більш агресивною при максимальній економії ресурсів.

Франчайзинг є унікальним методом залучення до малого бізнесу людей без підприємницького досвіду. У країнах з розвинутою ринковою економікою малий і середній бізнес складає основу ведення підприємницької діяльності і є стимулом для появи

* студентка 4 курсу, спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: доц. Мазуренко В.П.

© Милян М., 201

прогресивних ідей у бізнесі. В Україні ж малі та середні підприємства знаходяться лише на стадії розвитку, хоча вже сьогодні область малого і середнього підприємництва охоплює більше 95 галузей економіки. Держава проводить недостатньо заходів для розвитку підприємництва та виведення її на зовсім інший передовий рівень. У зв'язку з цим, підприємці шукають такі шляхи ведення бізнесу, які були б найменш ризикованими.

Так, у Сполучених Штатах Америки в 1991-1993 рр., саме за допомогою франчайзингу подолали економічний спад країни. Також, як показують дослідження, сьогодні річний обсяг роздрібних продажів у сфері франчайзингу в США сягає більше 40% загального обсягу продажів і оцінюється американськими експертами в більш ніж 1 трлн. дол. США.

На сьогоднішній день ми можемо констатувати той факт, що насправді в Україні активних франчайзерів налічується більше 250. Це дійсно ті компанії, які мають партнерів-франчайзі, і за рік відкрили принаймні одну, а найчастіше більше франчайзингових точок. Всі інші - або перечікують кризу, або просто стагнують і не докладають великих зусиль для стимулювання розвитку мережі.

У 2009-2011 роках також з'явилося досить багато нових франчайзерів які досить активно почали розвивати свої мережі. Найчастіше - це такі концепції, які не вимагають великих інвестицій (Scorini Caffe Punto, Delice, Enjoy, Кукурузник т.п.). Також про початок свого розвитку по франчайзингу оголосили деякі відомі великі компанії (Інсайт, Sport Life). Активно розвивають зараз свої мережі деякі компанії, які в 2007-2008 роках почали працювати на ринку (Помаранчевий Слон, Corn House, Експрес Манікюр і т.п.). Є й такі, які закрили свої франчайзингові проекти (Ephoto, Linline, Дорожня Карта).

Дуже активно в 2009-2010 рр. розвивалася і продовжує в тому ж дусі галузь стрітфуду.

Компанія «ТРІАРХ» провела дослідження стану ринку франчайзингу в Україні 2008 р., 2009 р. та 2010 р. Результати цього дослідження показали наступне:

1. Найбільш прибутковими є компанії, які розвивають іноземні франшизи.
2. Найбільша частка ринку належить франчайзинг-компаніям Майстер франчайзі, які на території України контролюють 30% грошового обороту.
3. Франчайзинг є високоприбутковим та рентабельним бізнесом на Україні.
4. Франчайзинг є економічно вигідним для держави.
5. Зростає зацікавленість у розвитку бізнесу по франчайзингу у підприємців.
6. Розширення галузей франчайзингу.
7. Висока перспективність галузевого розвитку.

Аналіз тенденцій на ринку франчайзингу показує, що вони є як позитивними так і негативними, але їх наявність говорить про те, що франчайзинг буде ще не один рік стрімко розвиватись в Україні, адже даний напрямок зосереджує в собі не тільки вітчизняні бренди, але і відомі світові бренди, що беззаперечно є найкращим стимулом для споживачів продукції або послуги.

Література

1. Економічна криза: шанс для прориву. [Електронний ресурс] / П.Герасименко // Портал «Укрбизнес» // Економіка та фінанси. -2008 - Режим доступу: http://www.ukrbiznes.com/analitic/economy/3274.html
2. Ляшенко В.И. Развитие франчайзингового режима в Украине / / Вестник экономической мысли Украины. - 2007. - № 1. - С. 79-85.
3. Состояние рынка [Електронний ресурс] / / Сайт Ассоциации франчайзинга / / Режим

доступа: http://www.franchising.org.ua/.
4. Как работает франшиза в Украине [Електронний ресурс] / Е.Шаповал // Портал prostobiz.ua // Бизнес-старт. -2010 - Режим доступу: http://www.prostobiz.ua/biznes/biznes_start/stati/kak_rabotaet_franshiza_v_ukraine

Романенко Є.*

ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В МІЖНАРОДНІЙ КОМПАНІЇ HONDA MOTOR Co., Ltd.

Актуальність теми. Реалізація ідеології якості, впровадження внутрішньоорганізаційних систем якості стало невід'ємною умовою формування іміджу підприємств на цивілізованому ринку.

Мета роботи полягає в узагальнені досвіду управління якістю у одній з провідних компаній світу.

Основний зміст. Хонда (англ. Honda Motor Co., Ltd.) – міжнародна промислова компанія, перш за все відома своїми автомобілями, мотоциклами та роботами. Honda є другим за величиною після Toyota виробником автомобілів в Японії і одним з найбільших японських експортерів автомобілів до США та інших країн. Honda Motor Co., Ltd досягнула успіхів завдяки об'єктивним факторам, таким як: висока якість та надійність авто, сучасні технологічні рішення оригінальна маркетингова політика (Honda – drivers' cars – авто, орієнтовані на активний стиль керування, з сучасним дизайном в стилях «спорт» та «техно»).

В основі філософії компанії Honda Motor Co., Ltd лежать два фундаментальних переконання: повага до особистості й три радості. Повага до особистості. Людина народжується вільною й унікальною особистістю зі здатністю думати, створювати й умінням мріяти. «Повага до особистості» призиває до розвитку цих характеристик у компанії з повагою індивідуальності кожної людини на основі взаємної довіри й рівності."Повага до особистості" уміщає в себе такі визначення: ініціативність, рівність і довіра. Бізнес-Партнери, дилери, постачальники й усі, хто співпрацює з компанією Honda, повинні одержувати щось позитивне від цього досвіду. Концепції ініціативності, рівності й довіри також застосовуються й до відносин з дилерами й постачальниками. Три радості. Три радості були вперше сформульовані паном Хондой у 1951 році як радість виробництва, радість продажу й радість придбання. У 1955 році пан Фуджисава змінив порядок трьох радостей на такий, яким він залишається й сьогодні. Метою Honda Motor Co., Ltd є досягнення Радості через ведення діяльності: для тих, хто купує продукцію компанії (радість придбання), хто задіяний у продажі продукції й обслуговуванні (радість продажу), і хто залучений у створення продукції (радість створення).

Основні принципи політики управління в компанії Honda Motor Co., Ltd:

– Завжди дивитися в майбутнє із честолюбством молодості;

– Поважати обґрунтовану теорію, розвивати свіжі ідеї, ефективно використовувати час.

– Насолоджуватися роботою й заохочувати відкритість у спілкуванні.

– Постійно прагнути до гармонії технологічного процесу. Завжди пам'ятати про цінність наукових пошуків і проробленої роботи.

– Мрії надихають нас на створення новаторської продукції, що збільшує нашу мо-

* студентка 4 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: доц.. Голубій І.Є.

© Романенко Є., 201

більність і приносить користь суспільству.

Загальне Управління Якістю на Honda Motor Co., Ltd передбачає всебічне управління всією діяльністю підприємства, та містить у собі: контроль у процесі розробки нової конструкції; оцінку якості досвідченого зразка, планування якості продукції і виробничого процесу, контроль, оцінку і планування якості матеріалу, що поставляється; вхідний контроль матеріалів; контроль готової продукції; оцінку якості продукції; оцінку якості виробничого процесу; контроль якості продукції та виробничого процесу; аналіз спеціальних процесів (спеціальні дослідження у сфері якості); використання інформації про якість продукції; контроль апаратури, що дає інформацію про якість продукції; навчання методам забезпечення якості, підвищення кваліфікації персоналу; гарантійне обслуговування; координацію робіт у сфері якості; спільну роботу стосовно якості разом з постачальниками; використання циклу PDCA (plan - do - check - action); роботу кружків якості; управління людським фактором; роботу у сфері якості за методом міжфункціонального управління; участь у національних компаніях з якості; вироблення політики стосовно якості; участь службовців у фінансовій діяльності, виховання свідомого ставлення до якості; проведення заходів для формування культури якості; підготовку управлінських кадрів для керівництва діяльністю у сфері якості; покладання відповідальності за діяльність у сфері якості на вище керівництво.

Загальне управління якістю (продукцією, виробничими процесами і підприємством в цілому) керується основними положеннями Міжнародного стандарту ІСО 9004-4. При створенні умов для поліпшення якості на Honda Motor Co., Ltd приділяють увагу: а) стимулюванню і збереженню стилю керівництва, що сприяє забезпеченню якості; б) забезпеченню цінностей, світогляду і поведінки, що сприяють поліпшенню якості...".

Отже, управління якістю на Honda Motor Co., Ltd зводиться до такої організації роботи всього колективу підприємства, коли кожен його член зацікавлений у якісному виконанні своєї роботи. Оскільки якість продукції визначається тільки людьми, необхідно розглянути питання про те, якими принципами має управлятися керівництво підприємства для забезпечення високого рівня якості виробленої продукції. Основна ідея полягає в тому, що необхідний рівень якості досягається зусиллями всього колективу. Кожен член колективу на своєму рівні щиро вірить у високу якість того, що він робить, і діє відповідно до цієї віри. Розроблені стандарти Honda Motor Co., Ltd - "Система управління якістю продукції на підприємстві", "Порядок розробки, оформлення і затвердження стандарту підприємства", «Збірника положень про підрозділ підприємства».

Таким чином, система якості Honda Motor Co., Ltd - це організаційна структура розподілу відповідальності, процедури, ресурсів, необхідних для загального управляння якістю, що повинна здійснювати адекватний і постійний вплив на усі види діяльності, які впливають на якість, і бути орієнтована на виявлення, скорочення, усунення і, головним чином, попередження неякісної продукції.

Синковець Н.*

ІННОВАЦІЙНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ З ОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ УКРАЇНИ

Зважаючи на ті процеси, які відбуваються в світі, можна із упевненістю сказати, наскільки важливими для кожної країни є її взаємодія із іншими країнами. Ставши на шлях незалежності, Україна активно включилася в пошуки шляхів інтенсифікації своїх світогосподарських зв'язків. Реальна трансформація зовнішньоекономічних зв'язків нашої країни передбачає докорінні зміни та взаємодію чинників внутрішнього економічного розвитку. Більш тісна взаємодія української економіки зі світовою, зумовлює потребу в нових інвестиційних, фінансових ресурсах, трансформаційних процесах, які сприяють зростанню міжнародної конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та ряду інших факторів. Завдяки інтенсифікації зовнішньоекономічних зв'язків, Україна має шанс посісти гідне місце серед європейських країн, брати активну участь в економічних процесах, взаємодіяти з низкою інтеграційних структур, а також стати привабливою для інвесторів з усього світу, що, в кінці кінців, позитивно відобразиться на її внутрішньому соціально-економічному розвитку.

У цьому зв'язку актуальною є проблема дослідження факторів та виокремлення їх чинників, які безпосередньо можуть вплинути на розвиток зовнішньоекономічних зв'язків України та покращити її становище у глобальному конкурентному просторі. Визначальну роль у вирішенні цього завдання відіграють інноваційні чинники.

Обумовленість інтенсифікації зовнішньоекономічних зв'язків ринковою трансформацією економіки.

Залежність інтеграції України у світовий економічний простір від трансформаційних процесів, які, сприяючи зростанню конкурентоспроможності суб´єктів господарювання, визначають напрями і форми взаємодії національного народного господарства зі світовим.

Два основних завдання, які вирішує трансформація зовнішньої економіки – сприяння оптимальному розподілу факторів виробництва та економічному зростанню.

Підпорядкування зовнішньоекономічній стратегії, ідеї європейської інтеграції, використанню таких її форм та механізмів, які забезпечать повніше й ефективніше використання потенціалу взаємозв'язків України з розвиненими країнами світу.

Забезпечення, відповідно до світових стандартів та критеріїв, оптимальних параметрів відкритості української економіки, дотримання яких сприятиме економічній безпеці держави, забезпечуватиме тісніше поєднання внутрішньої та зовнішньої економічної політики.

Інтеграція України у світові економічні структури потребує певного часу і відбуватиметься в міру формування внутрішніх і зовнішніх передумов.

Формування комплексної державної зовнішньоекономічної політики, що буде спрямована на інтеграцію економіки в європейські та світової економічні об'єднання, створення могутнього експортного сектору; залучення іноземних інвестицій; здійснення

* студентка 4 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: професор Вергун В.А..

© Синковець Н., 201

закордонної підприємницької діяльності; гнучкої податкової, цінової, кредитної, фінансової та валютної політики.

Рівень економічного розвитку, інвестиційна привабливість, бізнесове середовище, конкурентоспроможність економіки – як основа для інтеграції України в зовнішньоекономічне середовище.

Відсутність системного підходу до міжнародної інтеграції та співпраці, недостатній рівень доступу українських товарів і послуг до зовнішніх ринків та низька диверсифікованість українського експорту, як основні проблеми інтеграції України.

Відсутність цілісної зовнішньоекономічної політики України, побудованої на основі стратегічних пріоритетів розвитку економіки та недосконалість механізмів координації зовнішньоекономічного співробітництва.

Наявність тарифних і нетарифних бар'єрів у зовнішній торгівлі, внутрішніх регуляторних і структурних обмежень зовнішньоторговельної діяльності.

Недостатній рівень системних реформ та адаптації законодавства до норм ЄС, що перешкоджає інтеграції у внутрішній ринок ЄС, і ускладнює діалог щодо запровадження безвізового режиму між Україною і ЄС.

Невідповідність чинних двосторонніх і багатосторонніх угод у рамках СНД потребам поглиблення економічного співробітництва й нормам СОТ.

Відсутність ефективного механізму взаємодії влади, бізнесу й громадянського суспільства у сфері міжнародної інтеграції.

Виконання таких цілей як: поліпшення умов торгівлі на зовнішніх ринках для вітчизняних виробників; інтеграція України у внутрішній ринок ЄС шляхом створення зони вільної торгівлі з ЄС; скасування вилучень та обмежень з режиму вільної торгівлі з країнами СНД і поглиблення співпраці з перспективними торговельними партнерами й регіональними інтеграційними об'єднаннями.

Створення постійно діючої зовнішньоекономічної ради як механізму системної координації міжнародного економічного співробітництва.

Створення ЗВТ з ЄС і запровадження безвізового режиму з ЄС через здійснення секторальних реформ і адаптація національного законодавства й регуляторних практик до європейських стандартів.

Формування асоціативних відносин між Україною і ЄС. Насамперед у таких сферах, як: технічне регулювання, санітарні і фітосанітарні норми, митне регулювання, конкурентна політика, державні закупівлі, торгівля послугами, співпраця у сфері енергетики тощо.

Поліпшення умов торгівлі на зовнішніх ринках для вітчизняних виробників.

Розширення режиму вільної торгівлі з країнами СНД і поглиблення співпраці з перспективними торговельними партнерами й регіональними інтеграційними об'єднаннями.

Запровадження стратегії залучення, використання й моніторингу зовнішньої допомоги з метою координації усієї зовнішньої допомоги, підвищення її ефективності й прозорості процесу відбору проектів і їх подальшого супроводу.

Несприятливий бізнес-клімат як основний чинник, що стримує інвестиційні потоки.

Покращення бізнесового середовища в країні, завдяки введенню необхідних реформ в систему ліцензування, адміністративних послуг, державного нагляду та контролю, реформування митних процедур, створення умов для залучення ПІІ.

Література

1. Бібліотека економіста , Кукурудза «Міжнародна економіка» http://library.if.ua/books/18.html
2. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства Навчальний посібник / К.: Знання, 2006.- 462 с.
3. Міністерство Аграрної політики http://www.minagro.gov.ua/page/?3923
4. Публікація «Другий Рік України у СОТ: тентенції у зовнішній торгівлі товарами та аналіз виконання зобов'язань» Кобута І., Жигало В., Лужаньска Т. 2010 р.
5. «Програма економічних реформ на 2010-2014 роки», Комітет з економіних реформ при Президентові України.
6. «Співробітництво між Україною та країнами ЄС у 2010 році» , Статистичний збірник, Київ 2011.
7. Державна служба статистики України http://www.ukrstat.gov.ua/
8. Солонінко К. С. «Міжнародна економіка». Навчальний посібник / К.: Кондор, 2008.- 380с.

Скворцова А.*

РОЗГОРТАННЯ НОВОЇ ХВИЛІ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ: ОЦІНКА ЙМОВІРНОСТІ ТА МОЖЛИВИХ НАСЛІДКІВ ДЕФОЛТУ ГРЕЦІЇ ДЛЯ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Світова економіка вступає у нову небезпечну фазу розвитку і політикам з розвинутих країн слід використати всі можливі інструменти для стимулювання росту. Адже у другій половині 2011 року почали проявлятися ознаки його уповільнення. Причому, США, Франція, Німеччина, Великобританія та єврозона в цілому вже відчули на собі значне зниження показників зростання економіки.

1. Якщо у 2010 році показник економічного зростання склав 3,8%, то цього року він, за прогнозами Світового банку, знизиться до 3,2%. З початку боргової кризи в 2010 р. прямі збитки банків вже склали майже €200 млрд. Світову економіку тягнуть вниз саме розвинуті країни. Найбільш постраждалими є Греція, Іспанія, Португалія, Італія, Кіпр та Ірландія [1].

2. Грецькі банки заборгували Європейському центральному банку (ЄЦБ) понад €100 млрд. [3]. Економічні проблеми в Греції поглиблюються через те, що державний сектор країни дає близько 50% ВВП. Тому уряду доводиться залучати кошти з інших країн. Сьогодні в економіці Греції, сильні позиції займають капітали Франції, Німеччини, Італії і Швейцарії – саме ці країни виступили кредиторами [2]. Загалом же, зовнішній борг Греції перевищує €350 млрд. (160% ВВП країни), а це трохи більше 3% загального державного боргу Євросоюзу [8].

3. Греція заявляє, що скоротить дефіцит бюджету в 2011 і 2012 рр., однак цього буде недостатньо, щоб виконати вимоги МВФ і ЄС. У 2011 р. дефіцит бюджету Греції складе 8,5% від ВВП країни, проте у домовленостях з кредиторами йдеться про 7,6%. Проект бюджету на 2012 р. передбачає дефіцит у 6,8% від ВВП, хоча кредитори наполягали на 6,5% [6]. Тож, цього року дефіцит бюджету складе не $23,1 млрд., як очікувалося, а 25,2 млрд. [10]. У ході переговорів з представниками «трійки» – ЄС, ЄЦБ та МВФ, грецький мінфін виходив з того, що наступного року розпочнеться економічне зростання [9]. Тим часом, очікується, що скорочення ВВП буде спостерігатися на тлі зниження приватного споживання на 3,8% і капіталовкладень на 4,0%. Причому рівень безробіття має зрости до 16,4% в 2012 р. проти 15,2% у цьому році [6].

4. 14 червня 2011 р. Standard & Poor's знизило довгостроковий суверенний кредитний рейтинг Греції з B до CCC, прогноз «негативний». Короткостроковий рейтинг залишився на рівні C. Тому фінансування банківського сектору Греції було вирішено дещо радикально: якщо банк просить у держави в борг, то зобов'язується віддати країні левову частку своїх акцій. Таким чином, найбільші грецькі банки незабаром стануть державними [5]. 14 вересня 2011 агентство Moody's знизило рейтинги двох найбільших французьких банків (прогноз одного - «негативний»). Агентство пояснило, що побоюється впливу на

* студентка 4 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: професор Вергун В.А..

© Скворцова А., 201

показники банків дефолту в Греції: французькі банки тримають грецьких облігацій на суму $ 57 млрд. [1]. Тож не дивно, що 68% французів радять уряду припинити допомагати Греції [6].

5. На думку Сороса фінансові ринки штовхають світ до нової Великої депресії. Він бачить три шляхи вирішення проблеми. По-перше – уряди країн єврозони повинні досягти домовленості про створення спільного міністерства фінансів. По-друге - передати великі банки під управління ЄЦБ в обмін на тимчасові гарантії і рекапіталізацію. По-третє – ЄЦБ має дозволити принаймі Італії та Іспанії тимчасово рефінансувати борги під мінімальні відсотки [6]. За словами Н. Рубіні, Європа повинна збільшити обсяг коштів на подолання суверенної боргової кризи до €2 трлн. [4].

6. Уряд Греції вжив додаткових заходів зі зниження дефіциту держбюджету. Зокрема, заплановано скорочення зарплат та звільнення в бюджетному секторі. З 30 тис. робочих місць до кінця року планується відправити на дострокову пенсію близько 20 тис. держслужбовців. Частина буде відправлена в "резерв", вони будуть отримувати 60% зарплати [9]. Уряд також збере додатковий податок на нерухомість. Вже цієї зими буде підвищений податок на дизельне паливо, яке використовують для опалення, додаткові витрати для кожної квартири та будинку складуть не менше €500-600 за сезон [6]. Пенсії можуть бути урізані з листопада за складною схемою, яка включатиме пропорційний податок залежно від віку. Максимальний розмір пенсії може бути скорочений з € 2,8 тис. до 1,8. Якщо нові заходи будуть реалізовані, це може викликати нові масові протести і знову погіршить політичні перспективи правлячих лівоцентристів [6].

7. Економічні проблеми в єврозоні призводять до того, що вперше за 70 років державні облігації стають більш ризикованим активом, ніж нерухомість. Очікується, що показник зростання цін на нерухомість в Лондоні в найближчі три роки збережеться на рівні 15% щорічно. Фонди почнуть формувати свої портфелі, переводячи активи в нерухомість [7]. Ще одним наслідком кризи є підвищення цін на золото, пов’язане із бажанням інвесторів купувати надійні активи, та падіння курсу євро щодо долара.

8. Загроза дефолту може негативно відбитися на ліквідності банківського сектору Європи. Для України це може означати відтоки зовнішніх капіталів і девальвацію гривні. Причиною є те, що у Греції працює 4 великих банки, 3 з яких мають дочірні підприємства в Україні. Всі три представництва намагаються існувати автономно і досить успішно залучають вкладників, значно збільшуючи депозитні ставки, як у гривні, так і в іншій валюті. Однак такий зв'язок з Грецією значно відбивається на українському фондовому ринку та настроях вкладників цих банків [2]. Так само можна сказати про країни Азії: після заяви Греції фондові ринки одразу відреагували падінням основних індексів на 2,5-4,5% [6].

9. Отже, можна зробити висновок, що якщо Греція не отримає фінансову підтримку, вона зможе виконувати свої зобов'язання лише до середини листопада. Кредитори з ЄС і МВФ затримали транш (6 з початку року) у €8 млрд., який мав надійти у вересні [8]. Тому залишається сподіватися, що європейські країни не допустять фактичного дефолту Греції, а можлива реструктуризація боргів країни залишиться проблемою Греції. Щодо європейських банків, то єдиним ефективним способом повернути довіру до фінансової системи та зупинити «ефект доміно» від можливого дефолту є рекапіталізація. В іншому випадку мова йтиме про втрату довіри до ЄС, падіння курсу євро і значного подорожчання кредитних ресурсів.

Література

1. http://investgazeta.net/
2. http://finance.obozrevatel.com/business-and-finance/
3. http://news.finance.ua/ru
4. http://korrespondent.net/business/financial
5. http://www.vedomosti.ru/finance/analytics
6. http://economics.lb.ua/world
7. http://minfin.com.ua/2011/10/06/
8. http://www.rosbalt.ru/business/2011/10/04
9. http://www.dw-world.de/dw/article
10. http://www.bbc.co.uk/russian/rolling_news

Талан В.*

КОЕФІЦІЄНТ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНАЛІЗУ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР КОРПОРАЦІЙ

Ведучи мову про сучасні корпоративні структури неможливо оминути увагою таку актуальну тенденцію сьогодення, як децентралізація владних повноважень, фінансової та господарської діяльності, організаційних структур.Вперше децентралізована структура компанії була описана, як вища відома форма еволюції корпоративного розвитку в 1972 році Ларі Грейнером у його статті «Еволюції та революції в процесі зростання організацій». В цій статті Грейнер розділив процес становлення розвинутої корпоративної структури на п'ять етапів: творчий, централізованого управляння, делегування повноважень, координації зусиль та кооперації. Останній етап характеризується, відповідно найбільшим ступенем децентралізації. Важливим є той факт, що етап кооперації не є останнім в принципі, а є лише найвищою відомою формою еволюції корпоративних структур. Сам автор даної концепції піднімає питання про неминучий прихід принципово нових організаційних структур. Думку про необхідність постійного динамічного формуючого впливу на організаційну структуру компанії висловив і ще один дослідник питання еволюції корпоративних систем – Іцхак Адізес. У своїй книзі «Управління життєвим циклом корпорації» він пише: «Вирішити поточні проблеми і не отримати нові, ще складніші проблеми, означає почати повільно помирати.»

Таким чином очевидно, що перед компанією на етапі кооперації постають нові, складніші проблеми організаційного розвитку. Комплексність та масштаб сформованих до цього моменту корпоративних структур значно ускладнюють, а подекуди унеможливлюють, проведення подальших ефективних змін всередині компанії із використанням виключно інтуїтивних методів та інтегральних показників, що лише опосередковано характеризують саме організаційну структуру компанії. Виникає потреба у спеціалізованих інструментів.

Одним із таких спеціалізованих інструментів може виступати коефіцієнт децентралізації.Даний показник не є дуже поширеним. Як наслідок, загальноприйняте визначення коефіцієнту децентралізації – відсутнє.

В роботі пропонується використовувати, як коефіцієнт децентралізації співвідношення об'єму питань, що входять до повноважень вузла і обсягу всіх питань, що надходять до вузла.

Тут слід зазначити, що коефіцієнти децентралізації можна розділити на два типи за характером реальних процесів в компанії, яким вони дають оцінку.

Коефіцієнт може розраховуватись на основні співвідношення повноважень конкретного вузла корпоративної структури і всіх видів повноважень, які можуть знадобитися для вирішення питань, що надходять до даного вузла. В такому випадку мова йде про коефіцієнт децентралізації повноважень.

Інший тип – це коефіцієнт децентралізації інформаційних потоків. Цей коефіцієнт

* студент ІІ року навчання магістратури спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: професор Якубовський В.В.

© Талан В., 201

розраховується як співвідношення обсягу інформаційного потоку, що було оброблено вузломсамостійно (з урахуванням його компетентності та повноважень) до обсягу всього інформаційного потоку, що надійшов до вузла.

В залежності від вихідних даних взятих для обрахунку коефіцієнтів децентралізації отримане значення буде реальним або формальним. Коефіцієнт децентралізації обрахований тим чи іншим чином буде відповідно носити назву реального чи формального.

Реальне значення коефіцієнтів децентралізації обраховується на основі емпіричного спостереження за інформаційним потоком.

Формальне значення коефіцієнтів децентралізації обраховується на основі оцінок менеджменту та аналізу внутрішніх інструкцій компанії.

Сильні відхилення формального і реального значень коефіцієнтів децентралізації одне від одного свідчать про значні диспропорції в роботі вузла.

Наприклад, коли формальне значення коефіцієнта децентралізації інформаційних потоків суттєво перевищує реальне, функціонування вузла у його поточній ролі видається неефективним. Таке співвідношення свідчить про те, що вузол з тих чи інших причин не виконує запланований обсяг завдань і створює понаднормове навантаження на вузли, що знаходяться на вищих щаблях ієрархії.

Перевищення реального значення над фактичним є більш бажаною ситуацією, адже не створюється додаткового навантаження на вузли системи, що знаходяться на вищих щаблях ієрархії. Проте, в такій ситуації має місце або нестандартна структура вхідного потоку вузла, або перевищення вузлом своїх повноважень. Тобто, ситуація теж потребує коригуючого втручання.

Отже, коефіцієнти децентралізації та їх співвідношення можуть бути ефективними індикативними показниками функціонування організаційної структури корпорацій. Невідповідність між формальним та реальним значенням коефіцієнтів свідчіть про відхилення у роботі конкретних вузлів та необхідність аналізу і оптимізації. Також можливе використання коефіцієнтів децентралізації при моделюванні організаційних структур корпорації.

Література

1. Evolution and Revolution asOrganizations Grow/Larry L. Greiner / Mainiero, L. and Tromley, C. Developing Managerial Skills in Organizational Behavior: Exercises, Cases,and Readings (Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall) (2d ed. 1994), pp. 322-329
2. Управление жизненным циклом корпорации / И. Адизес. - М. ; СПб. : Питер, 2008. - 384 с. - пер. с англ. - ISBN 978-5-469-01523-9
3. Основы менеджмента: Пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : "Дело", 1992. - 702 с.
4. ЮНЕСКО Исполнительный совет Сто семьдесят девятая сессия Пункт 31 предварительной повестки дня «Выполнение рекомендаций ревизора со стороны и аудиторские проверки» (179 EX/31) Париж, 7 марта 2008 г.

Ткаченко Є.*

РОЛЬ ОФШОРНИХ ЗОН У РОЗГОРТАННІ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

Постановка проблеми.Сьогодні в центрі обговорення постає питанняролі, яку відіграли та продовжують відігравати офшорні зони у розгортанні світової фінансової кризи. З огляду на зазначену актуальність питання не виникає сумніву щодо необхідності розглянути ту унікальну функцію, яку офшорні юрисдикції виконують у рамках світової економічної системи в умовах її кризового стану.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний вклад у розробку теоретичних аспектів ролі офшорних юрисдикцій у світовій економіці зробили такі видатні науковці: Р. Бейкер, Дж. Стігліц, Дж. Шумпетер, Дж.Стьюварт, К. Фест, Н. Рідель, М. Фут, С. Джонсон, С. Пічотто, К. Роуз, М. Шпігель та інші.

Мета роботи – теоретично узагальнити характерні особливості ролі офшорних юрисдикцій у виникненні та розгортанні світової фінансової кризи.

На сьогоднішній день не існує чіткого визначення поняття «офшорна зона». Проте при дослідженні ролі, яку відіграли офшорні зони у розгортанні світової фінансової кризи, необхідні певні критерії, на базі яких можливо визначити, чи є та чи інша країна тим, що розуміється під терміном «офшорна зона». Такі критерії були запропоновані різними міжнародними організаціями: ОЕСР, МВФ, СБ, TJN (TaxJusticeNetwork) та іншими. На їх базі можна визначити наступні характерні риси офшорних зон: (1) це юрисдикції, у яких порівняно велика кількість фінансових організацій здійснюють діяльність в першу чергу з нерезидентами; (2) це юрисдикції, розмір фінансового ринку яких значно перевищує потребу реальної національної економіки; (3) це юрисдикції, що пропонують компаніям-нерезидентам знижені ставки оподаткування чи повну відсутність певних податків; (4) це юрисдикції, що пропонують компаніям (іноді лише нерезидентам) знижені вимоги щодо фінансової звітності, полегшений режим реєстрації юридичних осіб; (5) головною метою інвестиційної діяльності у такій юрисдикції не є здійснення реальної економічної діяльності на території країни призначення.Таким чином, згідно цих критеріїв до списку офшорних зон поряд із класичними офшорами, такими як Британські Віргінські о-ви, Кайманові о-ви, Люксембург, Кіпр, відносяться також Сінгапур, район Сіті у Лондоні та Гонконг. [1]

Відсутність чітких критеріїв – це надзвичайно велика проблема. Невизначеність дає простір для широкого тлумачення, а отже – для зловживань у законодавчій сфері. Простий приклад – Україна, де, починаючи з 2002р., статус Республіки Кіпр згідно із розпорядженнями Кабінету Міністрів «Про перелік офшорних зон» змінювався біля 6 разів. Зауважимо, що згідно статистики за 2011р.Кіпр займає перше місце серед як країн надходження так і країнпризначення ПІІ відповідно до та з України. Оскільки реальна економічна ситуація у Республіці Кіпр не дає пояснення такому притоку ПІІ до Кіпру, правомірно зробити припущення, що інвестиції з Кіпру є грошами українських резиден-

* студент 4 курсу спеціальності «міжнародний бізнес» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник:доц. Мазуренко В.П.

© Ткаченко Є., 201

тів, раніше виведеними з України з метою зменшення розміру податку, що повертаються додому для реінвестування. [2]

Серед усіх видів звинувачень, які закидають офшорним зонам, наприклад, надання компаніям можливості ухилятися від оподаткування, що призводить до втрати країнами своїх «законних» податкових надходжень, відсутність прозорості, що дозволяють здійснювати фінансові операції, справжня мета яких невідома (наприклад, фінансування діяльності терористів), деякі безпосередньо покладають часткову провину зафінансові кризи на офшорні зони. Головним аргументом таких звинувачень виступає той факт, що при спрямуванні інвестицій через офшорні зони контроль за рухом такого капіталу досить обмежений. У випадку ж кризи портфельні інвестори миттєво вилучають гроші з економіки країни, яка опинилася під загрозою, спричиняючи кризу. Найкращим прикладом такої ситуації є Індія, з якої лише за період з жовтня 2008р. до січня 2009р. (4 місяці) було виведено 60 млрд. доларів у зв'язку із панікою через події, що розгорталися на світовому фінансовому ринку. Потрібно взяти до уваги, що станом на вересень 2008р. країною надходження 60% портфельних інвестиції у Індію був о.Маврикій, через територію якого і відбулася втеча грошей. Подібним чином капітал тікав з території України через Кіпр у 2008р. Проте, як і у випадку Індії, так і у випадку України, відкритість економіки до безконтрольного припливу капіталу через офшорні зони є питанням економічної політики самих постраждалих країн, а не як не проблемою офшорних зон, саме існування яких дозволяють уряди інших країн, а ліберальний податковий режим яких є проявом податкової конкуренції у світовому масштабі. Якби у Індії не існувало спеціально законодавчо створеного фінансового інструменту ParticipatoryNotes, який робив можливим безперешкодне введення та виведення капіталу до та з Індії, а з о. Маврикій не було укладено договір про уникнення подвійного оподаткування, який робив можливим виведення капіталу без уплати податку на прибуток від приросту капіталу, можливо масштаб кризи був би набагато меншим. [3]

Висновки.Вина, яку покладають на офшорні зони через те, що вони уможливлюють стрімкий рух капіталу за межі країни, насправді є виною національних урядів, які через різні причини дозволяють такий стан речей. Більше того, у часи стабільності офшорні зони стають джерелом припливукапіталу (не тільки короткострокового, але і довгострокового), а отже стимулюють економічне зростання у країні призначення. Так інвестиції, що надходять до Китаю через Гонконг та Сінгапурсприяли виключенню 500 млн. осіб з числа бідних лише за період життя одного покоління. [4] Відповідальність за високий ризик,пов'язаний із залученням капіталу через офшорні зони, таким чином, лежить на країні призначення, а отже – і відповідальність за можливу кризу, офшорні зони ж виконують пасивну функцію, лише задовольняючи існуючий попит на свої послуги.

Література

1. June 2000. Offshore Financial Centers.IMF Background Paper.
2. Зовнішньоекономічна діяльність. Статистичний збірник «Україна у цифрах». 2010. Державна служба статистики України.стр. 146, 150.
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про перелік офшорних зон». 2002, 2003, 2005, 2006, 2011.
4. Swamy, Subramanian. 2009. Corruption and Corporate Governance in India. Har-Anand Publications PVT LTD. pp. 254-255.
5. Hay, Richard. Don't make international financial centers the scapegoat. Global Financial Strategy. Volume 1, Issue 1, April 2010.

№п/п	Прізвище викладача	Вид та назва публікації	Рік видання
1.	Волошин В.В.	Справочник экономиста-международника	1990
2.	Ступницький О.І. (у співавт.)	Свободные экономические зоны в мировой торговле	1991
3.	Волошин В.В.	Investment Guide on Ukraine	1991
4.	Биков Г.М.	Типовые контракты на международном рынке	1994
5.	Кредісов А.І.	Соціальне ринкове господарство	1995
6.	Ступницький О.І.	Основи фінансового менеджменту. Підручник.	1996
7.	Вергун В.А. (у співавт.)	Масова комунікація. Навчальний посібник	1997
8.	Вергун В.А. (у співавт.)	Україна в європейській архітектурі безпеки	1997
9.	Кредісов А.І.	Менеджмент для керівників. Навчальний посібник	1999
10.	Волошин В.В.	Международные экономические отношения. Учебное пособие, рос. мовою	1999
11.	Мазуренко В.П.	Теорія статистики. Збірник задач	2000
12.	Волошин В.В.	Регулювання світової економіки	2000
13.	Мазуренко В.П.	Збірник задач з курсу “Загальна статистика” для студентів Інституту міжнародних відносин відділення “Міжнародні економічні відносини”.	2000
14.	Волошин В.В.	Регулювання світової економіки. Навчальний посібник	2001
15.	Кредісов А.І.	Історія вчень менеджменту	2001 2000
16.	Ступницький О.І.	Транснаціоналізація науково-технічної політики в умовах посилення міжнародної економічної взаємозалежності.	2001
17.	Вергун В.А. (у співавт.)	Вплив ЄС та НАТО на внутрішні трансформаційні процеси в Україні. Монографія англ. мовою.	2002
18.	За ред. Кредісова А.І., автори: Березовенко С.М., Волошин В.В., Ступницький О.І., Серажим В.І., Расшивалов Д.П., Тищенко А.М., Мазуренко В.П.	Управління зовнішньоекономічною діяльністю. Навчальний посібник	2002 2000 1998 1996

№п/п	Прізвище викладача	Вид та назва публікації	Рік видання
19.	За ред. Кредісова А.І., Голубія І.Є. Автори: Волошин В.В., Голубій І.Є., Мазуренко В.П., Расшивалов Д.П., Серажим В.І., Ступницький О.І., Тищенко А.М.	Організація і розвиток фінансового сектора в умовах ринкової економіки. Навчальний посібник	2002
20.	Волошин В.В.	Бізнес міжнародних економічних організацій: Навчальний посібник	2002
21.	Мазуренко В.П.	Статистика. Навчальний посібник	2003
22.	Вергун В.А. Расшивалов Д.П.	“Міжнародні фінанси”. Розділи до підручника Під ред. О.І. Рогача	2003
23.	Расшивалов Д.П., Волошин В.В., Ступницький О.І. (у співавт.)	“Міжнародна міграція робочої сили”. Навчальний посібник	2003
24.	Вергун В.А., Березовенко С.М., Мазуренко В.П., Расшивалов Д.П., Ступницький О.І. (серед авторів)	Українська дипломатична енциклопедія в 2-х томах	2004
25.	Голубій І.Є. (у співавт.)	Фінансовий сектор ринкової та транзитивної економік	2004
26.	Ступницький О.І. (у співавт.)	Фінанси. Підручник.	2004
27.	Березовенко С.М.	Довгострокові тенденції на світовому ринку нафти.	2006
28.	Дикий О.В.	Конкурентні маркетингові стратегії в умовах глобалізації бізнесу	2006
29.	Дикий О.В. (у співавт.)	Підприємницька діяльність та агробізнес. Підручник.	2006
30.	Дикий О.В. (у співавт.)	Менеджмент. Навчальний посібник.	2006
31.	Кредісов А.І. (у співавт.)	Основи патентування і ліцензування.	2006
32.	Кредісов А.І.	Менеджмент: навчальні матеріали у схемах і формулах.	2006
33.	Ступницький О.І. (у співавт.)	Міжнародні інвестиційні проекти: співробітництво у сфері управління та практика реалізації.	2006

№п/п	Прізвище викладача	Вид та назва публікації	Рік видання
34.	Приятельчук О.А.	Формування та розвиток кроскультурного менеджменту (на прикладі міжнародних корпорацій).	2006
35.	Вергун В.А. (у співавт.)	Корпоративне управління в умовах глобалізації.	2007
36.	За ред. проф. Вергуна В.А., Автори: Вергун В.А. Кредісов А.І. Ступницький О.І., Якубовський В.В., Голубій І.Є., Дикий О.В., Мазуренко В.П., Морозов В.С., Приятельчук О.А., Расшивалов Д.П., Рубцова М.Ю., Серажим В.І., Карп В.С., Глухова Д.А.	Міжнародний бізнес	2007 2009
37.	Мазуренко В.П.	Статистика. Підручник.	2008
38.	Березовенко С.М.	Кон'юнктура світових товарних ринків. Підручник.	2008
39.	Ступницький О.І.	Міжнародна міграція робочої сили та механізми її регулювання. Підручник.	2008
40.	Рубцова М.Ю. (у співавт.)	Африканські країни у системі світового господарства та їхнє економічне співробітництво з країнами Європейського Союзу. Монографія.	2009
41.	Вергун В.А. Ступницький О.І.	Інститути спільного інвестування в умовах глобалізації. Монографія.	2009
42.	Кредісов А.І.	Менеджмент в історичному розвитку як теорія. Монографія.	2009
43.	Вергун В.А. Ступницький О.І. (у співавт.)	Країни Центрально-Східної Європи в умовах глобалізації: історико-методологічний, політико-правовий та економічний аспекти. Монографія.	2010
44.	Вергун В.А.	Економічна дипломатія. Навчальний посібник.	2010
45.	Приятельчук О.А.	Аудит у схемах і таблицях / Аудит: курс лекцій. Навчально-наочний посібник.	2010
46.	Серажим В.І.	Сучасна корпоративна логістика. Монографія.	2010
47.	Рубцова М.Ю. (у співавт.)	Адаптація валютно-фінансових систем ризикових економік до світових інтеграційних процесів. Монографія.	2011

ЗМІСТ

Вступне слово..... 3

Вергун В.
Кафедра міжнародного бізнесу за 20 років 4

Баранник Л.
Китайська модель соціального захисту населення: становлення, проблеми, перспективи..... 11

Будкін В.
Особливості бізнес - середовища країн СНД..... 17

Бузинар Б., Березніченко Н., Колодич М.
Членство в СОТ – уроки для України..... 23

Буряк Г.
Інститути розвитку відносин власності у класифікації бізнес-середовища..... 26

Гальперіна Л.
Адаптаційний потенціал соціально-економічного розвитку країни до світогосподарських ризиків..... 29

Голубій І.
Деякі аспекти організації макроекономічного планування зовнішньоторговельних зв'язків в Україні..... 35

Глухова Д.
Сучасна бізнес –модель стратегічних інновацій..... 46

Гон О.
Міжнародний капітал і мова економіки в творчості Езри Паунда..... 51

Дзюба П.
Україна в міжнародному інвестиційному бізнесі: місце в глобальних портфельних потоках..... 53

Зінчук Т.
Європейський вектор розвитку агробізнесу..... 58

Карп В.
Вплив туристичної індустрії на міжнародні конкурентні позиції України..... 62

Kyrychenko O.
Conceptual approach to reconciliation of the controversial links between international accounts..... 67

Крикун В.
Концептуальні засади сутності нематеріальних активів як системи та об'єкту управління..... 75

Кузнецов А.
Угроза утраты национального суверенитета в условиях финансовой глобализации..... 81

Мазуренко В., Мазуренко О.
Новітні технології просування бренду в умовах асиметрії інформації..... 85

Макаренко Є.
Міжнародний інформаційний бізнес: структура, ієрархія ринків, класифікація продуктів і послуг..... 88

Морозов В.
Фінансова підтримка розвитку аграрного сектору у ФРН..... 97

Pryyatelchuk O.
Current state and prospects of ukraine-eu cooperation in agricultural sector..... 107

Романовський О.
Сучасний університет у глобальному бізнес-середовищі..... 110

Рубцова М.
Основи креативного менеджменту в міжнародному бізнесі..... 117

Свєтлов Б., Обушна Н.
Механізм стимулювання прямого іноземного інвестування в умовах модернізації економіки України..... 122

Сизоненко В.
Людський розвиток як передумова інтеграції України у світовий інноваційний простір..... 129

Ступницький О.
Можливість і доцільність створення офшорних зон в Україні..... 136

Тринчук В.
Product placement в маркетингових комунікаціях страхових компаній..... 148

Уманцев Ю.
Функціонування корпорацій в умовах посилення монополізаційних тенденцій у світовій економіці..... 161

Циганов С.А., Циганова Н.В.
Залучення іноземних інвестицій як важливий фактор розвитку бізнес-середовища в Україні..... 167

Черніченко Г., Орєхова Т.
Диференціація практики корпоративної соціальної відповідальності у сфері міжнародного бізнесу..... 173

Шевченко В.
Міжнародні фактори рекомпозиції руху капіталу в сучасних умовах..... 180

Якубовський В.
Інтегровані системи менеджменту на основі міжнародних стандартів..... 187

Білоус А.
Формування системи екологічного менеджменту в Україні..... 194

Бондар Є.
Загальнотеоретичні підходи і практика визначення сучасних банківських ризиків..... 196

Головко А.
Соціальний маркетинг як каталізатор розв'язання проблем суспільства..... 198

Козловський К.
Інвестиції у людський капітал як один із визначальних чинників конкурентоспроможності вітчизняних авіакомпаній на міжнародному ринку..... 200

Конотоп Г.
Сучасний стан інвестицій в Україні..... 203

Курчина Т.
Інформаційний продукт в умовах глобалізації..... 206

Марущак Н.
Еволюція концепції корпоративної соціальної відповідальності..... 215

Підвисоцький Я.
Гіпотеза фінансової нестабільності Х. Мінскі: сучасні виклики для світової економіки..... 218

Поштар Є.
Оцінка кредитоспроможності позичальника-імпортера як основа банківського проектного фінансування..... 221

Стуконог Я.
Проблеми лібералізації газового ринку ЄС..... 229

Толубко О.
Інформаційно-комунікаційні пріоритети розвитку економіки України в умовах формування нової конфігурації світового господарства..... 231

Фреяк А.
Фінансовий механізм забезпечення транскордонного співробітництва в контексті реалізації європейської політики сусідства..... 233

Халед Махмуд Салута
Стан та перспективи українсько-сирійського торговельно-економічного співробітництва..... 241

Циганов С.С.
Інституційне забезпечення розвитку міжнародного банківського бізнесу в Україні..... 245

Шапран О.
Динаміка основних параметрів світового ринку нафтопродуктів в умовах фінансової нестабільності..... 251

Бех К.
Роль культурної диференціації в сучасному міжнародному бізнесі..... 253

Карп О.
Міжнародне економічне співробітництво як фактор розвитку науково-технічної сфери України..... 255

Матвієнко Н.
Методологічні питання розвитку Experiential marketing..... 260

Милян М.
Новітні форми розвитку малого бізнесу в Україні..... 262

Романенко Є.
Дослідження системи управління якістю в міжнародній компанії Honda Motor Co., Ltd..... 265

Синковець Н.
Інноваційні чинники розвитку зовнішньоекономічних зв'язків України..... 267

Скворцова А.
Розгортання нової хвилі світової фінансової кризи: оцінка ймовірності та можливих наслідків дефолту Греції для глобальної економіки..... 270

Талан В.
Коефіцієнт децентралізації як інструмент аналізу організаційних структур корпорацій..... 273

Ткаченко Є.
Роль офшорних зон у розгортанні світової фінансової кризи..... 275

Вибрані публікації викладачів кафедри міжнародного бізнесу за 1990-2011 роки..... 277

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Збірник наукових праць

ВИПУСК 105

(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 26 січня 2010 року.

Підписано до друку 27.01.2010.
Наклад 1000 прим.

Відділ оперативної поліграфії
Інституту міжнародних відносин
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Тел. 483–11–25