

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ДЕРЖАВНОЇ ПОДАТКОВОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ**

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

У двох частинах

Частина 2

**Ірпінь
2016**

УДК 339(075.8)

ББК 65.51я73

М 58

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Національного університету державної податкової служби України
(протокол № 6 від 11 грудня 2014 року)*

Рецензенти:

Ложачевська О. М. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної економіки Національного авіаційного університету;

Луцишин З. О. – доктор економічних наук, професор, професор кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

М 58 Міжнародні економічні відносини : у 2 ч. Ч. 2 : [навчальний посібник] / Л. Б. Шостак, А. А. Олешко, О. І. Дікарєв, О. С. Бадрак; Національний університет державної податкової служби України. – Ірпінь: Видавництво НУДПСУ, 2016. – 218 с.

ISBN 978-966-337-389-8

У навчальному посібнику розкрито основні питання теорії, методології та практики міжнародних економічних відносин.

Начальний матеріал викладено з урахуванням новітніх тенденцій у міжнародних економічних відносинах, спричинених глобалізацією та регіоналізацією світогосподарських процесів, віртуалізацією міжнародної економіки, формуванням інформаційного суспільства, динамічними змінами у міжнародному русі капіталу, робочої сили, валютно-фінансових відносинах, переформатуванням міжнародних фінансових і торговельних центрів і умов функціонування офшорних юрисдикцій.

Особливу увагу приділено проблемам економічної безпеки у міжнародних економічних відносинах та її фінансовій, енергетичній та інноваційній складовим.

Методика викладення матеріалу ґрунтується на теоретичних напрацюваннях застосування вищої школи та практичного досвіду фахівців побудови і реалізації міжнародних економічних відносин.

Навчальний посібник призначений для студентів економічних спеціальностей, викладачів вищої школи, а також широкого кола читачів, яких цікавить проблематика міжнародних економічних відносин.

УДК 339(075.8)

ББК 65.51я73

© Шостак Л. Б., Олешко А. А.,
Дікарєв О. І., Бадрак О. С., 2016

© Видавництво Національного
університету ДПС України, 2016

ISBN 978-966-337-389-8

ЗМІСТ

Розділ 4. ГЛОБАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ	6
Глава 20. Міжнародна інформація та маркетингові дослідження глобальних ринків	6
20.1. Основи маркетингових досліджень та маркетингові інформаційні системи	6
20.2. Маркетингові стратегії на міжнародних ринках	11
20.3. Ціна як інструмент міжнародного маркетингу.....	19
20.4. Комунікативні стратегії як метод просування продукту на міжнародні ринки.....	27
20.5. Економічна роль каналів збуту на міжнародних ринках	32
20.6. Аукціони, торги, міжнародні ярмарки та виставки, біржі у стратегіях збуту товару	37
20.7. Стратегії пошуку та виходу фірми на зовнішні ринки	39
Глава 21. Глобальна електронна комерція і нові стратегії ведення міжнародного бізнесу	47
21.1. Електронна комерція (electronic commerce).....	47
21.2. Механізми функціонування глобальної електронної торгівлі.....	50
21.3. Інфраструктура та менеджмент систем електронного бізнесу	52
21.4. Типи електронної комерції – каркас нових стратегій ведення бізнесу.....	54
21.5. Сучасні електронні біржові системи	58
Література до розділу 4	64
Розділ 5. МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ	66
Глава 22. Міжнародні інтеграційні та дезінтеграційні процеси	66
22.1. Глобалізація економіки: сутність і основні риси міжнародної економічної інтеграції	67
22.2. Форми та етапи міжнародної економічної інтеграції	72
22.3. Сучасні особливості процесів міжнародної економічної інтеграції та дезінтеграції.....	78

22.4. Головні передумови міжнародної інтеграції як якісно нового рівня МЄВ.....	86
Глава 23. Особливості розвитку інтеграційних процесів у Європі.....	98
23.1. Західноєвропейська економічна інтеграція: Європейський Союз	98
23.2. Європейська асоціація вільної торгівлі	108
23.3. Інтеграційні процеси Східної Європи. Чорноморське економічне співробітництво.....	109
Глава 24. Євразійські інтеграційні процеси	120
24.1. Співдружність Незалежних Держав (СНД)	120
24.2. Євразійське економічне співтовариство (ЄврАзЕС).....	129
Глава 25. Інтеграційні процеси в Америці та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні	136
25.1. Північноамериканська зона вільної торгівлі (НАФТА)	136
25.2. Південноамериканські інтеграційні процеси	144
25.3. Економічна інтеграція в Азіатсько-тихоокеанському регіоні	150
Глава 26. Інтеграційні процеси в Африці та на Близькому сході.....	157
26.1. Специфіка інтеграційних процесів у Африці	157
26.2. Африка в міжнародній торгівлі	160
26.3. Інтеграційні угруповання в Африці	163
26.4. Інтеграційні процеси на Близькому Сході	171
Література до розділу 5	179
Розділ 6. ПЕРСПЕКТИВИ ПОЗИЦЮВАННЯ УКРАЇНИ У СВІТОВИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ.....	180
Глава 27. Міжнародне співробітництво та геоекономічні чинники інтеграційних векторів України	180
27.1. Загальні чинники інтеграційних процесів в Україні.....	180
27.2. Європейські інтеграційні наміри і перспективи України .	188
27.3. Чорноморське економічне співробітництво як один з інтеграційних векторів України.....	194
27.4. Співробітництво України з країнами-членами СНД	196
27.5. Участь України у квазірегіональних інтеграційних процесах	199

27.6. Взаємовідносини України з єврорегіонами «Карпати» та «Буг»	201
Глава 28. Інтеграція України в міждержавний інноваційний простір	203
28.1. Позичіонування України у міжнародних інноваційних процесах	203
28.2. Інтеграція України в європейський інноваційний простір	208
28.3. Співробітництво України в науковій та інноваційній сфері з країнами СНД	213
Література до розділу 6	216

РОЗДІЛ 4

ГЛОБАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

ГЛАВА 20

МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЯ ТА МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЛОБАЛЬНИХ РИНКІВ

20.1. Основи маркетингових досліджень та маркетингові інформаційні системи

Якщо говорити про витoki або про початкову парадигму маркетингових досліджень, то варто цілком приєднатися до думки одного з відомих англійських спеціалістів у цій сфері Дж. Хемілтона, який вважає, що в основі маркетингового дослідження лежить звичайний здоровий глузд. Дійсно, кожна нація при виборі товару, прийнятті рішення про спосіб використання або вкладення грошей практично щодня проводить своє, індивідуальне маркетингове дослідження.

Маркетингова інформаційна система (МІС), завдання маркетингових досліджень у міжнародному маркетингу. Маркетингова інформація – це об'єктивні (статистичні дані, результати маркетингових досліджень) і суб'єктивні (оцінки, думки, чутки) відомості, необхідні для аналізу маркетингового середовища, ринку, товару, споживача і залучувані для прийняття маркетингових рішень розробки маркетингових планів. Інформаційне забезпечення міжнародного маркетингу є однією з підсистем, що забезпечують нормальне (якісне та безперебійне) функціонування процесу розробки й прийняття рішень у мережі взаємовідносин (комунікацій) між інтернаціональними фірмами (юридичними та фізичними особами), котрі втягнуті (втягуються) в міжнародний обмін товарами й послугами на комерційній чи некомерційній основі. Інформаційне забезпечення міжнародного маркетингу за своїм змістом включає комплекс засобів

оформлення документації, організації збереження даних, кодування й пошуку інформації про стан та динаміку (поведінку) всіх елементів системи міжнародного маркетингу.

Процес та дизайн міжнародного маркетингового дослідження. На зовнішньому ринку підприємство зіткнеться з більшим числом конкурентів, ніж на внутрішньому ринку, не тільки в розрізі товарів (послуг) – конкурентів, але і підприємств – виробників. Підприємство має усвідомити гостроту конкурентної боротьби на цьому ринку, свою конкурентну стратегію. Маркетингове дослідження не може проводитися без визначення його цілей, тому що вони визначають вибір інформації, виконавців, методів і технологій. Підготовка проекту ринкового дослідження включає:

1. Визначення проблем закордонного ринку.
2. Вирішення питання про те, чи може вивчення ринку допомогти вирішенню цієї проблеми.
3. Визначення завдань і обсягу дослідження міжнародних ринків.
4. Підготовка вимог до необхідної інформації.
5. Збір інформації.
6. Аналіз та інтерпретація інформації.
7. Підсумкова доповідь і рекомендації.
8. Прийняття відповідних маркетингових рішень.

Методи дослідження міжнародного ринку аналогічні тим, які використовуються для внутрішнього ринку: кабінетні (лабораторні), польові дослідження або їх поєднання. Дослідження міжнародних ринків може проводитись підприємством власними силами, або силами спеціалізованої маркетингової компанії. Сьогодні є декілька типів компаній та агентств, які надають послуги у сфері маркетингових досліджень:

- міжнародні агентства, які надають повний комплекс дослідницьких послуг на ринках різних країн;
- міжнародні компанії, які займаються дослідженням одного ринку в різних країнах;

- локальні компанії, які надають повний комплекс дослідницьких послуг на ринку або на його конкретному сегменті;
- локальні компанії, які займаються певним типом досліджень ринку (кількісним або якісним);
- аналітичні та консалтингові компанії, які здійснюють дослідження на основі агрегованої інформації з різних джерел, у тому числі досліджень інших компаній.

Маркетингова розвідка: цілі, джерела і методи одержання інформації. Маркетингова розвідка (marketing intelligence), як зазначав Г. А. Черчилль, – це постійно здійснювана розвідка на основі спеціальних процедур. Щодо каналів, джерел одержання інформації маркетингової розвідки, то Ч. Хант і В. Зартар'ян у рамках розробленої ними концепції пропонують для використання методику «4К+1»^{1В}. Це такі групи використовуваних каналів інформації («К»):

1. Канал «Текст», що включає в себе загальні і спеціальні публікації і бази даних, з яких фірма може одержувати до 40 % розвідувальної інформації.

2. Канал «Фірма», що включає клієнтів, постачальників, банкірів, розподільників та агентів, через який може бути отримано також від 30 до 40 % розвідувальної інформації.

3. Канал «Консультант», до якого входять громадські служби, консультанти й адміністрація компаній і через який можливе одержання 10–15 % маркетингової розвідувальної інформації.

4. Канал «Бесіда» – ярмарки, салони, конференції. Вони дають приблизно 5–6 % розвідувальної інформації.

5. Канал «Джокер» («+1») доповнює обсяг маркетингової розвідувальної інформації до 100 %. Як правило, це випадкова інформація з проблеми, що потрапляє до банку інформації (аж до інформації з випадково прочитаної книги, чуток, принесених дружиною, сусідкою, тощо).

Характеристики всіх джерел інформації, що входять у перераховані канали, цілком очевидні. Зазначимо лише деякі. Так, «Клієнти» схильні до обговорення своїх справ, підкреслення своєї значущості, отже, нерідко «проговорюють» цікаву для фірми інформацію. «Постачальники», як правило, балакучі, оскільки

вважають за необхідне постійно підкреслювати свою значущість порівняно з іншими постачальниками. «Банкіри», працівники фінансових установ багато знають про фінансовий стан конкурентів і, хоча намагаються не «розбюквувати» відому їм інформацію, усе ж іноді допускають її витік. «Громадські служби», що включають рекламні агентства, PR-компанії, рекрутингові фірми, відправників поштових повідомлень, як правило, мають досить багаті відомості про зовнішнє підприємницьке середовище.

Використовується й інша класифікація каналів надходження маркетингової розвідувальної інформації: Канал «8МІ» – засоби масової інформації, через які, як вважають деякі спеціалісти, у сучасних умовах надходить до 90 % усієї інформації про маркетингове середовище і конкурентів.

Бенчмаркінг (від англ. benchmarking) – це перманентний, безперервний процес порівняння товарів (робіт, послуг), виробничих процесів, методів та інших параметрів досліджуваного підприємства (структурного підрозділу) з аналогічними об'єктами інших підприємств чи структурних підрозділів. Основна мета бенчмаркінгу полягає у виявленні негативних відхилень у значеннях порівнюваних показників і причин таких відхилень та розробці пропозицій щодо їх ліквідації. Бенчмаркінг має на меті знайти відповідь на запитання: чому інші працюють успішніше, ніж ми? За допомогою цього інструменту контролю можна визначити цільові параметри діяльності підприємства, яких слід додержуватися, щоб забезпечити його стабільну конкурентоспроможність.

Розрізняють три види бенчмаркінгу:

1. Внутрішній бенчмаркінг, який зводиться до аналізу та порівняння показників діяльності різних структурних підрозділів одного й того самого підприємства.

2. Бенчмаркінг, зорієнтований на конкурентів, – сконцентрований на порівняльному аналізі товарів (робіт, послуг), продуктивності виробничих процесів та інших параметрів досліджуваного підприємства з аналогічними характеристиками підприємств-конкурентів. Вважається, що найпридатнішим аналогом для порівняння є «ринковий лідер». Ідентифікація факторів, які призводять

до відставання досліджуваного підприємства від лідера, дає змогу розробити рекомендації щодо скорочення відставання.

3. Функціональний бенчмаркінг, що має на меті проаналізувати окремі процеси, функції, методи й технології порівняно з іншими підприємствами, які не є конкурентами розглядуваного. Фірми, які застосовують схожі методи, прийоми чи технології і не є конкурентами, охоче йдуть на взаємний обмін первинною інформацією та зацікавлені в реалізації спільних проектів, спрямованих на вдосконалення тих чи інших порівнюваних операцій.

Досліджуючи виробничі процеси, методи чи технології виробництва і збуту продукції, головну увагу приділяють пошуку резервів зниження витрат виробництва та підвищенню конкурентоспроможності продукції. Як метод контролінгу, бенчмаркінг уперше застосувала на початку 80-х років американська фірма Херох, яка через високу собівартість продукції опинилася під значним тиском з боку японських конкурентів. З метою оптимізації виробничих функцій було проаналізовано ефективність виконання окремих процесів цією фірмою порівняно з підприємствами інших галузей виробництва. Завдяки цьому вдалося розв'язати важливі функціональні проблеми стосовно техніки реалізації продукції, зокрема прискорити процес її відвантаження, вдосконалити систему складування та ін. Критерієм оцінювання процесів, функцій, методів чи виробничих процесів є показники їх продуктивності.

Вперше поняття бенчмаркінгу було сформульоване науковцями Інституту стратегічного планування Кембриджу. Отже, «бенчмаркінг – це засіб для вдосконалення діяльності та практики кращої якості з використанням досвіду найкращого в даній сфері». Р. Кемп наводить таке визначення: «...пошук та використання найкращої практики в індустрії, що призводить до ефективнішої діяльності власної компанії». У практиці часто застосовується поєднана модель Р. Кемпа (1989 р.) та Х. Вазірі (1992 р.). У ній використано системний підхід та циклічність. Поетапна модель складається з п'яти фаз, кожна з яких включає в себе певні кроки. Етап планування складається з трьох кроків: (1) визначення об'єкта бенчмаркінгу; (2) пошук найкращих варіантів у даній

сфері; визначення методу збору інформації; (3) збір цієї інформації. Етап аналізу включає в себе два кроки: (1) визначення слабких сторін власної компанії в досліджуваній сфері; (2) проектування очікуваного рівня.

Розвиток систем маркетингової інформації й можливостей обробки й аналізу даних призвели до підсилення ролі міжнародних інформаційних систем (МІС) в інформаційному забезпеченні прийняття рішення топ-менеджерами. Серед сучасних напрямів у роботі із системами маркетингової інформації в зарубіжних країнах виділяють три основні: (1) впровадження нових методів збору й аналізу даних, (2) формування нових підходів до аналізу ринку з допомогою мікрмаркетингу й маркетингу баз даних, (3) застосування нововведень у сфері організації існуючих маркетингових даних, які втілилися в концепції управління знаннями.

В останній час поширилися такі підходи до збору даних: САТІ (пристрій для комп'ютеризованих телефонних опитувань), САРІ (пристрій для комп'ютеризованих особистих інтерв'ю), сканери, Реорлеметри (пристрій для оцінки популярності телевізійних програм), ЕРОС (electronic point of sale) – пристрої, що працюють по принципу сканування штрих-кодів, що дозволяє отримувати повну інформацію про ціни з кожної торгової точки.

20.2. Маркетингові стратегії на міжнародних ринках

Для виходу на зовнішні ринки з максимальним прибутковим ефектом експортери спираються на маркетингові дослідження кон'юнктури, ємності, платоспроможності та інші показники цільового ринку. Для цього використовують різноманітні стратегії.

Продуктово-асортиментні стратегії в міжнародному маркетингу та брендів. Для того щоб товар виявився прийнятним для закордонного споживача маркетинголога, у першу чергу необхідно проаналізувати ті елементи, котрі утворюють структуру «повної» товарної пропозиції. У структурі товарної пропозиції існує п'ять рівнів, від яких залежить прихильність споживача. Ці параметри товару включають не тільки основні фізичні якості товару, але й такі додаткові елементи, як упаковка, розробка бренду, після продажне обслуговування. Усе це формує загальний

пакет пропозицій для покупця й складає продуктово-асортиментну політику, яка є серцевиною маркетинг-міксу підприємства.

Маркетингові характеристики товарної політики на міжнародних ринках. Товарна політика на міжнародних ринках знаходить своє втілення через маркетингове планування, врахування життєвого циклу товару, вибору між інновацією товару чи модернізацією вже наявних на ринку товарів. При розробці певної політики маркетолог оперує такими основними характеристиками товару, як якість, асортимент, упаковка, дизайн товару, торгова марка сервісна політика.

Якість товару характеризується сукупністю характеристик, які визначають здатність задовольнити конкретні потреби споживачів й відповідати встановленим вимогам і потребам. Визначення якості, як бачимо, містить у собі атрибути товару, які дозволяють характеризувати товар за двома основними напрямками: у відношенні технічних характеристик товару (екологічність, безперебійність поставок, безпеку функціонування й т.п.) та у відношенні здатності задовольняти потреби споживача. Відповідність якості товару технічним нормам і стандартам визначає можливість стандартизації товарної політики на міжнародному ринку.

Асортиментна політика. Асортимент виробів – важлива складова товарної політики. Асортиментна політика є процедурою визначення: наборів товарних груп (видів, підвидів, марок); оптимального співвідношення базових моделей та їх модифікацій; встановлення співвідношення присутності на ринку товарів, що перебувають на різних стадіях життєвого циклу. Серед завдань асортиментної політики: задоволення попиту та завоювання нових покупців, оптимізація фінансових результатів фірми та використання її технологічного досвіду. Рішення щодо асортименту товарного ряду визначає виробничу програму компанії. Основою асортиментної політики є процес сегментування споживачів на зовнішніх ринках. Результати сегментування визначають асортиментну політику, її орієнтованість на країни й/чи цільові групи споживачів.

Зразковим прикладом товарної політики може бути нафта. Зараз нафта – це біржовий товар, тому його якість має бути стандартизована. Усього на світових ринках торгують більше 10 загальноновизнаними марками нафти, з яких найбільш відомими є WTI (Західно-техаська середня), яка котиється на Нью-Йоркській біржі, й Brent (Лондонська біржа). «Кошик ОПЕК» є середньо зваженим показником відпускних цін для семи сортів нафти. РФ експортує нафту під двома марками, які є сумішшю різних сортів – Urals та Siberian Light. Нині РФ позиціонує на Нью-Йоркській біржі (NYMEX) новий бренд REPCO. Розглядаючи ціноутворення та ефективність діяльності нафтогазових компаній, експерти розрізняють операції апстриму (розвідка запасів та їх добуток) та стадію даунстриму (транспортування й збут продукції). Майже 88 % нафти використовують для виробництва різного виду палива й близько 12 % – продукції непаливного призначення (мастила, нафтобітуми). Нині кількість продуктів, отриманих з нафти, налічує більше 80 тис. найменувань.

Упаковка, маркування й дизайн. Розробка експортної упаковки є важливою частиною товарної політики фірми на зовнішньому ринку. Саме це визначає й рівень витрат на неї. Ці витрати, як правило, складають у середньому 10 % роздрібною ціни, а для косметичних виробів навіть понад 40 %. Упаковка є частиною самої продукції, що включає тару, етикетку вкладиш, маркування й виконує такі функції: вміщує товар й захищає його при транспортуванні. Упаковка також забезпечує: зручність транспортування й використання; комунікацію – упаковка демонструє марку, склад, спосіб використання й т.п. Практика упакування особливо розвинулася в США на початку двадцятого сторіччя.

Упаковка спеціально розробляється для різних сегментів закордонного ринку і має бути повністю адаптованою до вимог каналів збуту. Упаковка має полегшувати використання, збереження і бути міцною, довговічною. При плануванні експортної упаковки необхідно враховувати: розмір упаковки, її вартість, місцеві звичаї у відношенні кольору упаковки, рівень освіти споживача.

Упаковка повинна відповідати вимогам збереження вантажів на шляху від продавця до покупця. Наприклад, якщо товар експортується на умовах «франко-кордон», продавець зобов'язаний виконати пакування, що забезпечує збереження вантажів під час сухопутного транспортування залізницею або автомобільним транспортом. А експортери, що продали товар на умовах «ФОБ», «СІФ», повинні доставити його в морській упаковці.

Важливим носієм інформації є *маркування*, яке завжди повинне інформувати про: найменування виробника, найменування покупця, номер замовлення, номер упаковочної одиниці (від першого до останнього ящика), місце та порт призначення, точні габарити, інструкції щодо навантаження та розвантаження – «верх», «низ», скло і т.п., а також додаткові вказівки для забезпечення безпеки. Нещодавно в Європі була створена єдина комп'ютеризована система стосовно товарів широкого вжитку, що суттєво поліпшує розміщення замовлень та роботу в магазинах. Завдяки цим штрихам можна ідентифікувати будь-який товар. Упаковка має бути ефективним засобом реклами, коли йдеться про фірмові товари та їх *дизайн*. Для цього упаковка повинна: відрізнитися від упаковки конкурентів; допомагати споживачу у пошуках товару, ототожнюючи даний товар з виробником; надавати товару певний імідж.

Сервісна політика в міжнародному маркетингу. Набір необхідних й додаткових складових сервісу може бути різним залежно від традицій, культури споживача, його достатку, попиту й ін. У міжнародному маркетингу виділяють шість основних компонентів сервісу: 1) транспортування й установка; 2) навчання й консультації персоналу імпортера; 3) техобслуговування й ремонт; 4) гарантійне обслуговування; 5) переробка (recycling); 6) інші послуги. Передпродажний сервіс – передбачає розробку каталогів та прейскурантів, переклад технічної документації та інструкцій користування іноземною мовою, надання готовій продукції товарного вигляду після транспортування, розпакування, розконсервацію, зняття антикорозійного або іншого покриття, монтаж, заправку паливом, змащування, налагодження та регулювання, доведення показників до паспортного рівня, демон-

страцію виробу в дії, навчання обходженню з виробом. Післяпродажний сервіс – розподіляється на гарантійний та післягарантійний. Гарантійний сервіс – роботи, виконувані фірмою-виробником, від яких залежить безперебійна служба устаткування, контроль і правильність експлуатації, огляд проданої техніки працівниками служби сервісу спеціального виклику, проведення профілактичних робіт, зміна спрацьованих деталей. Післягарантійний – передбачає проведення планового капітального ремонту, постачання запасних частин за додаткову оплату.

Торгові марки. Марка – ім'я, символ, термін, малюнок, колір, форма чи їхнє сполучення, які використовуються для ідентифікації товарів, їх диференціювання від конкурентних пропозицій. Розрізняють такі типи марок: а) марочна назва (фірмове ім'я) – частина марки, яку можна вимовити (слово, літери, словосполучення); б) марочний (фірмовий) знак – емблема, дизайн, кольори тощо, частина марки, яку можна візуально ідентифікувати, але неможливо вимовити; в) товарний (торговий) знак – марка або її частина, що забезпечені правовим захистом. Вдала торгова марка не тільки відповідає функціональним очікуванням споживачів, а й стає для них додатковою цінністю, задовольняючи психологічні потреби.

Міжнародні товарні стратегії. Ключовим моментом міжнародної товарної політики фірми є питання про доцільне сполучення стандартизації й адаптації товару до умов зовнішніх ринків. У міжнародному маркетингу виділяють чотири принципові напрями політики відповідно до товарних стратегій: простого розширення (експорт); адаптації продукції; «оберненого» винаходу чи нового винаходу; призупинення виробництва товару. Планування виробництва відповідно до вимог ринку й закордонного споживача є найважливішим завданням сучасного маркетингу. Конкурентоспроможність виробу може забезпечуватися двома шляхами:

– по-перше, за рахунок розширення номенклатури, що дозволить більш гнучко використовувати фонди з виробництва одного виду продукції на інший;

– по-друге, за рахунок розширення модифікацій випущених товарів при сталості або навіть зменшенні номенклатури, що дозволить розширити коло споживачів і зменшити витрати виробництва, збуту та організацію обслуговування.

Конкурентоспроможність товару на міжнародному ринку визначається сукупністю таких техніко-економічних параметрів: ціна споживання товару, що дорівнює ціні придбання (продажу) товару та експлуатаційних затрат споживача за термін служби товару; технічні параметри, що характеризують призначення, конструктивно-технологічні особливості, надійність, довговічність, ремонтпридатність виробу; нормативні параметри, які показують відповідність товару стандартам і нормам, які визначають патентну чистоту і правову захищеність виробу на прогнозованому експортному ринку; ергономічні параметри, що відображають рівень адаптованості товару до користувача; естетичні параметри: рівень дизайну, відповідність вимогам моди; організаційні параметри, до яких можна віднести сервісні послуги, гарантії, умови. На практиці застосовують різні асортиментні стратегії. Серед них частіше використовується **стратегія простого розширення чи експортна стратегія**. При цьому перевагу мають стандартизовані підходи до експортного асортименту. Стандартизованість полягає в тому, що фірма виробляє й продає на зовнішніх ринках ті ж товари, що й на внутрішньому ринку, не змінюючи характеристики товару, упаковку і дизайн. Тобто не змінюються атрибути товару і не проводяться заходи адаптації до умов нового зовнішнього ринку.

Стратегія товарної диференціації пов'язана з просуванням фірмою-виробником своїх товарів і їх позиціонування як особливих. Тобто таких, які відрізняються від товарів конкурентів. **Стратегія вузької товарної спеціалізації** характеризується бажанням фірми працювати на вузькому сегменті ринку і добровільним обмеженням сфери збуту продукції. Основними причинами вибору саме такої стратегії можуть бути слабкий економічний потенціал фірми чи специфіка самого товару. **Стратегія товарної вертикальної інтеграції** переслідує мету продукування товарів по одному технологічному ланцюг: сировина – напівфабрикати –

вузли і деталі – готова продукція. Таким чином фірма розширює свою діяльність не по горизонталі, а по вертикалі, вигравши в економії на витратах виробництва та обігу. Але ця стратегія не є ефективною при значних кон'юнктурних змінах та коливаннях ринку. **Стратегія товарної диверсифікації** охоплює широку сферу діяльності фірми з виробництва не пов'язаних між собою товарів. Вона може забезпечити значну економічну стійкість і стабільність роботи фірми при здатності перерозподіляти потужності відповідно до змін попиту. Практика *стандартизації* продукції може проводитися при виборі більшості згаданих вище товарних стратегій. Основними перевагами стандартизації є економія на витратах.

Стратегії позиціювання товару на міжнародному ринку. Позиціювання являє собою два взаємопов'язаних процеси: робота зі свідомістю потенційних споживачів; робота з товаром. Перша дозволяє оцінити як реально споживач сприймає товар. Друга – яких дій необхідно вжити, щоб даний товар посів відповідне місце серед товарів конкурентів, з числа яких споживачі роблять свій вибір. Позиція товару – місце, яке цей товар посідає у свідомості покупців порівняно з аналогічними конкурентними товарами. Формування певної чітко визначеної позиції товару повинно мати керований фірмою характер. Позиціювання само по собі не має сенсу, якщо воно не пов'язано із сегментацією ринку; і навпаки, сегментація недоцільна, якщо вона не закінчується позиціюванням. Тому позиціювання й сегментація виступають як два боки одного процесу. Процедура позиціювання включає декілька етапів: Вибір критеріїв позиціювання, тобто ті ознаки, за якими цільовий ринок розрізняє конкурентні товари. Уся сукупність виявлених ознак поділяється на дві категорії, тобто виділяються дві найголовніші ознаки, які уособлюють решту показників. Часто основними обираються «якість» і «ціна» в різних модифікаціях. Будується система координат, на осях якої відкладаються обрані ознаки. У побудованій системі знаходиться місце нашого й конкурентних товарів. Позиція товарів у схемі визначається через сприйняття споживачами конкурентних товарів.

Існують такі загальні різновиди стратегії позиціювання: за показниками якості; за співвідношенням «ціна – якість». Сутність цих різновидів позиціювання полягає в знаходженні оптимального поєднання цих показників і доведення його до свідомості споживача. Різновид позиціювання на основі порівняння товару фірми з товарами конкурентів. Ця стратегія реалізується в порівняльній рекламі. Існують також різновиди позиціювання за сферою застосування; за відмінними особливостями споживача, якому пропонується товар; позиціювання за різновидом товару, який пропонується в продаж; позиціювання на низькій ціні (ця стратегія застосовується багатьма фірмами, які діють у різних сферах бізнесу); на сервісному обслуговуванні (фірми, які продають товари довгострокового вжитку, роблять наголос на «доставку, установлення, гарантії»); позиціювання на позитивних особливостях технології; і позиціювання на іміджі. Остання стратегія спирається на вже набуту фірмою репутацію серед споживачів.

Типологія бренд-іміджу. Один із засновників теорії брендингу, корифей рекламної практики – Девід Огівлі формулював поняття «бренд» як невловиму суму властивостей продукту: його імені, упаковки й ціни, його історії, репутації та способів рекламування. Д. Огівлі вважав, що бренд також є сполученням вражень, які він справляє на споживачів, й результатом їх досвіду у використанні бренду. Тобто бренд є інформаційною складовою товару, продовженням його торгової марки.

Процес створення бренду та управління ним називають брендингом. Він може включати в себе створення, посилення, репозиціювання, оновлення, поглиблення та розширення. Брендинг – це діяльність, заснована на спільній посиленій дії на споживача торгового знаку, упаковки, рекламних звернень, матеріалів продаж, просування та інших елементів реклами, об'єднаних певною ідеєю й однотиповим оформленням, що виділяють товар серед конкурентів і створюють його образ. Келлер (1993 р.) вважає, що двома компонентами знання про бренд є бренд-імідж та обізнаність про бренд (згадування бренду та його пізнавання. Він поділяє уявлення про бренд (і, відповідно, бренд-імідж), на три категорії, котрі йдуть від конкретного до абстрактного. Атрибути

Келлер розрізняє на такі, що не належать до продукту (ціна, упаковка, образ користувача, образ використання – останні два також можуть формувати атрибути), такі, що відносяться до особистості, яка споживає бренд, і атрибути, які відносяться до товару. Ще один цінний вклад у типологію зробив Аакер (1991 р.). Він розрізняє 11 категорій: властивості продукту, нематеріальні активи (intangibles), вигоди споживача, ціна, використання/споживання, образ споживача, відомість, стиль життя, клас продукту, конкуренти та країна походження.

Стратегії по міжнародним каналам збуту. Проблема забезпечення доступу до закордонних ринків зажди існувала, проте з 1990-х років суб'єкти міжнародної економічної діяльності почали відчувати й додаткові ускладнення. Аналітики вважають, що управління розподілом товарів і ресурсів переживає певну кризу у зв'язку з еволюцією технологій каналів збуту, що відбувається під тиском глобалізації ринків.

20.3. Ціна як інструмент міжнародного маркетингу

Ціна є особливим елементом світового ринку, адже їй належить роль чинника, що врівноважує попит і пропозицію, визначає цінність товару і послуг, покриває витрати на виробництво, реалізацію продукції, залучення фінансових коштів. Цінова політика – це комплекс стратегічних заходів, до яких належить визначення ціни, знижок, умов оплати з метою задоволення потреб споживачів і отримання прибутку.

Міжнародні стратегії ціноутворення порівняно з внутрішніми стратегіями. На міжнародних ринках процес ціноутворення є значно складніший, оскільки він підпадає під вплив цілого ряду таких додаткових зовнішніх факторів, як коливання курсу валют, високі рівні інфляції. На світові ціни впливають також альтернативні методи оплати товарів і послуг – лізинг, бартер і зустрічна торгівля. Особливої важливості для спеціаліста у сфері міжнародного та глобального маркетингу набуває стратегія визначення ціни на такі продукти, які підпадають під глобальні стандарти та вимоги, хоча вироблені й підлягають реалізації на внутрішньому ринку. У загальних рисах стратегія ціноутворення

полягає у визначенні початкової ціни продукту з наступним періодичним її переглядом.

Фактори, що впливають на міжнародну стратегію ціноутворення. У процесі прийняття рішень за цінами на міжнародних ринках маркетолог має подолати значні труднощі. Вони виникають на різних етапах: при визначенні оптимальної продажної ціни для кожної країни; при внесенні поправок для забезпечення відносної єдності цін. При розробці цінової політики необхідно ураховувати багато питань: «Яке місце займає ціна серед засобів конкурентної боротьби на кожному з ринків, де працює фірма?», «Чи зможе фірма виконати роль «цінового лідера» чи має бути другою по рейтингу, іншими словами, чи витримає фірма «цінову війну?», «Яка має бути цінова політика відносно нових товарів?», «Як має змінитися ціна залежно від життєвого циклу товару?», «Чи має бути ціна єдиною базисною для всіх країн, з котрими ведеться торгівля, чи бажаними є різні базисні ціни?», «Чи існують органи, з якими слід консультиватися в країнах імпортерів перед встановленням ціни?», «Чи існують у країні фірми-імпортера обмеження на рівень цін, прибутку й можливість змінювати ціни?».

Для сучасної економіки є характерною множинність цін, яка полягає в тому, що один і той же товар може мати різний рівень регулювання цін. Це викликано рядом причин: політикою великих корпорацій щодо встановлення певної системи цін, диференційованої по ринках й категоріях покупців; засобів державного регулювання – торгової й валютної політики, а також некомерційними й іншими спеціальними операціями, які здійснюються державними організаціями.

Суттєву роль у появі множинності цін грає протекціонізм, митні й інші бар'єри. Діяльність особливих торговельних й валютних зон також сприяє диференціації цін на одні й ті ж товари в світовій торгівлі. Якщо по одних сировинних товарах світові ціни визначаються рівнем цін країн-експортерів чи країн-імпортерів, то по інших – цінами бірж, аукціонів й інших великих центрів міжнародної торгівлі. При визначенні цін готових виробів вирішальну роль відіграють провідні фірми, які випускають й експортують певні типи й види товарів та послуг.

Можливо виділити три групи факторів, які впливають на рівень цін. Це фактори, що впливають на обсяг пропозиції товару: рівень поточних витрат, пов'язаних з виробництвом й експортом товарів; науково-технічний прогрес; ступінь монополізації пропозиції товару; цінова політика експортерів товару. По-друге, це фактори, які впливають на обсяг попиту: корисність товару; науково-технічний прогрес; фінансові можливості покупців товару; зміни цін інших товарів; ступінь монополізації попиту; рівень конкуренції на даному сегменті ринку. І по-третє, фактори, зовнішні відносно взаємодії покупців і продавців товару: фаза економічного циклу; інфляція; короткострокові коливання попиту й пропозиції; заходів державного регулювання й контролю над цінами; канал, по якому здійснюється зовнішня торгівля.

Серед факторів, які впливають на обсяг пропозиції товару, важливим є рівень поточних витрат, пов'язаних з виробництвом й експортом товару, котрий визначає нижню межу ринкової ціни. Виробляти й продавати товар є бажаним тільки в тому випадку, коли сума виторгу перекриває витрати.

Фактори фірми. Маркетингове управління цінами на міжнародних ринках має ту ж саму структуру, що і на національному ринку. Разом з тим з'являються нові елементи: державна політика щодо захисту внутрішнього ринку, валютні трансакції. Також на процеси міжнародного ціноутворення впливають такі фактори, як корпоративна філософія, організаційна структура і стратегія управління фірми. Короткострокове тактичне використання елементів ціноутворення у формі знижок, спеціальних пропозицій і зниження цін, які часто практикуються менеджерами, призводить до пониження ролі стратегії. Спеціалісти вважають, що саме політика ціноутворення призвела до реструктурування багатьох галузей світової економіки. Вибраний спосіб виходу на іноземний ринок також впливає на політику ціноутворення. Так, виробник з філіями за кордоном зберігає більше можливостей при реалізації політики ціноутворення на ринку країни розміщення дочірньої компанії.

Фактори продукту. Ступінь корисності товару чи послуги для споживача є ключовим ціноутворюючим фактором. Чим

вища корисність, тим вище за інших рівних умов ціна товару на зовнішньому ринку. Основні фактори продукту включають унікальність та інноваційні особливості продукту й наявність замінників. Ці фактори мають визначальний вплив на довготривалість стадій життєвого циклу продукту, котра залежить ще й від особливостей ринкового середовища на цільових ринках. Також має значення те, про що саме йдеться: про послугу, промисловий чи споживчий товар; на якому ринку реалізується продукт – на споживчому чи промисловому.

Фактори ринку. Важливо враховувати державну політику щодо ринку, на який виходить фірма. Існують декілька каналів державного регулювання цін: а) державне регулювання цін внутрішнього ринку, яке здійснюється встановленням виробником гарантованого рівня продажних цін (наприклад, єдині закупівельні ціни на сільськогосподарські товари, встановлені у країнах ЄС) й через субсидіювання конкретних видів витрат виробництва; б) митна політика, котра включає в себе імпорتنі мита, соціальне оподаткування імпортованих товарів, кількісне обмеження імпорту, ліцензування й т.д. При допомозі цих засобів держава тією чи іншою мірою захищає внутрішній ринок й сприяє підвищенню цін на товари місцевих фірм; в) бюджетне субсидіювання експорту. Для того щоб підвищити конкурентоспроможність вітчизняних товарів шляхом зниження експортних цін, уряди видають експортерам субсидії, котрі виражаються у доплаті до рівня внутрішніх цін.

Рівень ціни залежить від конкуренції на даному сегменті ринку. На різних сегментах світового ринку складається неоднакові рівні конкуренції. Як правило, на сегменті з відносно низькою конкуренцією є можливість для встановлення більш високої ціни, ніж на ринках з інтенсивною конкуренцією.

У рамках закономірностей розвитку зміни цін на різні групи товарів не проходять рівномірно. Найбільш різко реагують на зміни кон'юнктури в різних фазах циклу ціни на сировину й товари довготривалого користування, товари споживчого призначення, менш різко – ціни на напівфабрикати й ще нижче – чутливість цін на машинобудівну продукцію виробничого призначення.

Інфляційні процеси у світовій економіці призводять до регулярного підвищення цін. Ця тенденція накладається на циклічні коливання цін. У результаті абсолютне зниження цін на світовому ринку в наш час зустрічається відносно рідко. Циклічні коливання цін проявляються в більш чи менш швидких темпах зростання цін у різні періоди часу.

Види цін на міжнародному ринку. Основні види ринкових цін, відокремлюваних без певної класифікаційної ознаки:

1. Ціна базисна – ціна товару з фіксованими у преїскурантах параметрами якості, розміру, хімічного складу.

2. Ціна демпінгова – штучно занижена ціна продажу товарів, застосовувана як засіб витиснення конкурентів з ринку.

3. Ціна диференційована – ціна, що диференціюється в межах певного району або за іншими ознаками.

4. Ціна змінна – ціна, яка встановлюється на вироби з тривалим строком виготовлення.

5. Ціна зовнішньоторговельна – ціна на експортні та імпортовані товари, рівень якої формується на світовому ринку.

6. Ціна зональна – ціна, що відображає географічні умови виробництва чи реалізації продукції.

7. Ціна комерційна – на предмети споживання, що реалізуються в комерційних магазинах.

8. Ціна лімітна – верхня межа рівня ціни, що встановлюється на проєктовані вироби.

9. Ціна номінальна – ціна товару, зазначена в преїскурантах; біржова ціна на товар.

10. Ціна паритетна – ціна, яка регулює рівень цін на основні види сільськогосподарської продукції.

11. Ціна початкова – ціна на пропоновану до продажу на аукціоні партію товару, яка встановлюється його власником.

12. Ціна престижна – ціна на унікальний товар або товар, що користується підвищеним попитом.

13. Ціна продажна – кінцева ціна, за якою продавець реалізує товар споживачу.

14. Ціна разова – ціна на продукцію виробничо-технічного призначення, що її виготовлено за разовим замовленням.

15. Ціна СІФ – ціна в зовнішньоторговельній діяльності, що включає вартість товару, транспортні витрати та страхування вантажу.

16. Ціна тверда – ціна, яка встановлюється в момент підписання контракту і не змінюється протягом його дії.

17. Ціна фактурна – ціна закупівлі та продажу товару; залежить від умов укладеної угоди між імпортером та експортером.

18. Ціна ФОБ – контрактна ціна у зовнішній торгівлі, яка включає вартість товару та всі витрати експортера на доставку в порт відправлення.

Ціни товарних аукціонів. Аукціон – торги спеціалізованим товаром. Аукціони проводяться, як правило, один чи декілька раз на рік. Ціни на аукціонах встановлюються у результаті взаємодії попиту та пропозиції. Аукціонні ціни залежать від виду аукціону: а) аукціон з підвищенням ціни – товар продають по ціні найбільш високій із запропонованих покупцем; б) вейлінгові торги – перша названа ціна пропозиції є найвищою, потім ціну поступово починають зменшувати. При цьому використовується екран (монітор), де стрілки мають обернений хід. Покупець натисканням кнопки визначає ціну, яка його влаштовує. Особливостями аукціону є наявність, як правило, одного чи декількох продавців конкретного товару й певної кількості покупців. На відміну від бірж на аукціонах продаються реальні товари. Аукціонні ціни можуть суттєво відрізнятися від ринкових (бути вище у випадку, коли товар має унікальні, рідкісні якості). Часто аукціон-ціна залежить від майстерності людини, яка проводить аукціон.

Біржові котування – це ціна спеціально організованого, постійно діючого ринку масових, якісно однорідних, взаємозамінних товарів. На товарних біржах продають продукцію сільськогосподарства й сировину (хлопок, шовк, вовна, зернові, пиломатеріали, фанера й т.д.), кольорові та дорогоцінні метали, нафтопродукти й т.д.). Ціна біржового товару (чи біржової угоди) формується на базі біржового котування й надбавок чи скидок з неї залежно від якості товару, відстані від місця поставки (віддаленості) й інших умов.

Ціни торгів – це ціни особливої форми спеціалізованої торгівлі, заснованої на оформленні замовлення на постачання товару чи отримання підрядів на виробництво робіт за заздальгідь об’явлених у тендері умовах. Тендер передбачає залучення до певного строку на принципах конкуренції пропозицій від декількох виробників для отримання найбільш сприятливих умов угоди її організаторам. Особливістю торгів є наявність декількох продавців (оферентів) й одного покупця (замовника), який із декількох пропозицій обирає більш вигідну, в тому числі за ціною, пропозицію. У світовій практиці торги проводяться на продукцію машинобудування (літаки, судна, обладнання), на будівництво промислових об’єктів, мостів, доріг.

Ціни ярмарок і виставок часто бувають пільговими і враховують різні фактори з урахуванням фактора часу: постійні ціни – ціни, строк дії яких заздальгідь не визначено; сезонні ціни – ціни, строк дії яких обмежені в часі; ступінчаті ціни – ряд послідовних знижень цін на продукцію в заздальгідь обумовлені моменти часу за певною шкалою.

Ціни за способом відображення транспортних витрат. Сучасне ціноутворення передбачає систему франкування цін. Франка (італ. franco, букв. — вільний) – вид зовнішньоторговельної угоди купівлі-продажу, коли в ціну товару включають витрати на його страхування і доставку в місце, зазначене в договорі. Прийнято розрізняти ціни «франко-станція відправлення» та «франко-станція призначення». За умови встановлення оптової ціни «франко-станція відправлення» витрати на доставку продукції від станції відправлення до місця споживання несе покупець товару, а відтак транспортні витрати продавець не включає в ціну. Оптова ціна «франко-станція призначення» включає транспортні витрати, які відшкодовує оптово-збутова організація чи виробник продукції.

Внутрішньофірмові ціни чи трансфертні ціни відіграють важливу роль в економічному механізмі ТНК і глобальній економіці в цілому. Це зумовлено передусім тим, що значну частку (майже половину) глобального експорту становить внутрішній товарообіг ТНК між філіями в різних країнах, що опосередковується внутрішньокорпоративними цінами, які мають назву «трансфертні». Тран-

сфертні ціни виконують різноманітні функції. Механізм трансфертних цін базується на можливості їх відхилення від ринкових. Відносне зниження трансфертних цін на імпортовані філією комплектуючі та сировину від інших філій ТНК означає фактично її додаткове фінансування і збільшення прибутку. Відносне підвищення трансфертних цін на імпортовані від корпоративної структури ТНК товари призводить до фактичного трансферту фінансових ресурсів до материнської компанії. Якщо розглянути це з точки зору експорту, залежність буде оберненою.

Ціни за умовами поставки й продажу – це ціна нетто на місці куплі-продажу товару і ціна брутто (фактурна ціна) – ціна, котра визначається з урахуванням продажу (наявність скидок, вид франко, умови страхування).

Світові ціни – це ціни, за якими здійснюються значні експортні та імпорتنі операції. Вони виступають як умовна середня вартість товарів, які реалізуються в декількох країнах. Світова ціна є вираженням інтернаціональної (світової) ціни виробництва, яка складається на світовому ринку. Під впливом конкуренції спочатку вирівнюються норми прибутку на капітал всередині тієї чи іншої держави й формуються національні ціни виробництва. Потім з національних цін виробництва окремих країн, які вивозять на світові ринки однакові чи схожі товари, утворюється інтернаціональна ціна виробництва, яка слугує основою світових цін.

Міжнародні стратегії ціноутворення. Стратегія проникнення базується на використанні відносно низьких цін для швидкого проникнення на нові для підприємства ринки. Однак це можливо лише в тому випадку, якщо підприємство здатне швидко поставити на ринок велику кількість товару з низькими одиничними витратами (собівартістю). Пізніше ціна, як правило, поступово підвищується. Стратегія вичерпання («зняття вершків»), навпаки, вимагає на фазі ринкового просування нового товару встановлення відносно високої ціни (при малому обсязі товару й високій собівартості). Наступним кроком фірми щодо розширення ринку (обсягу збуту) і/чи підсилення конкуренції є послідовне зниження цієї ціни. Стратегія цінової диференціації полягає в тому, що на один і той же продукт встановлюються різні рівні цін в залежності від різних груп споживачів (за певними критеріями).

20.4. Комунікативні стратегії як метод просування продукту на міжнародні ринки

Комунікація є складовим елементом програми міжнародного маркетингу. Роль комунікації в міжнародному маркетингу та ж сама, що й на внутрішньому ринку: налагодити спілкування з клієнтами з метою забезпечення їх інформацією, необхідною для прийняття рішення про купівлю. З метою впливу на них використовуються ряд інструментів. Серед них найбільш наочним елементом комплексу просування продукту є реклама, однак особисті продажі, виставки, стимулювання збуту, пабліситі (PR), й прямий маркетинг (включаючи Інтернет) також є ефективними компонентами комплексу міжнародного просування продукту.

Особливості комунікативної політики на міжнародних ринках. Міжнародні ринкові мережі функціонують в умовах: доступності, використання мультимедійних технологій, можливості інтерактивної взаємодії як на реальних, так і на віртуальних ринках; конвергенція й дивергенція процесів у сфері національних культур; формування процесу стандартизації рекламної діяльності. Завданням комунікативної політики є формування й управління процесом забезпечення бізнес-суб'єктів необхідною інформацією, яка відображає стан і перспективи внутрішнього й міжнародного ринків збуту, з метою взаємодії з наявним та потенційним покупцем. У цьому контексті як засоби реалізації комунікативної політики використовуються реклама, стимулювання збуту, особисті продажі, робота з громадськістю (PR – паблік рілейшинз).

Великого значення за останній час набуває інтеграція різних елементів комунікаційної політики в єдине ціле. Інструментом і вираженням такої інтеграції, яка набуває форми цільової пропаганди, є розробка системи фірмового стилю підприємства (corporate identification).

Принципи і функції реклами в міжнародному маркетингу. Особливе місце в міжнародному маркетингу при розгляді ефективності реклами обумовлюється вибором між стандартизацією та диференціацією рекламних компаній. Диференціація рекламних кампаній здійснюється в тому випадку, коли на зовнішні ринки виносяться нові товари стосовно номенклатури товарів, яка

вже існує в тій чи іншій країні; товар має характер багатоцільового використання; на міжнародному ринку є конкурентні товари аналогічного призначення і т.д.

Можливості міжнародної стандартизації рекламних компаній можуть бути обмежені умовами правового середовища тієї країни експорту товару. Правила комунікацій певних країн зумовлені необхідністю створити певні обмеження, своєрідні «правила гри» у сфері маркетингових комунікацій. У США, скажімо, виходили з потреби захисту самих виробників від недобросовісної конкуренції, необхідності захисту споживачів від недобросовісної ділової практики (виробництво неякісних товарів, брехлива реклама тощо), потреби захисту вищих інтересів суспільства від егоїстичних посягань окремих виробників. Крім того, діють стандарти на послуги рекламних агенцій, стандарти діяльності рекламних агенцій, творчий кодекс реклами, етичний кодекс реклами під час проведення політичних кампаній тощо.

У країнах, де існують такі обмеження на телевізійну рекламу, таких як Швейцарія, Голландія, Франція, Італія, Німеччина і Фінляндія, частка реклами в телевізійному ефірі становить від 10 до 15 %, на «вільних» ринках ця частка становить 30 %. Аналіз показує, що основним каналом для реклами в таких випадках є щоденні газети.

Після початку функціонування Міжнародної торгової палати і Комісії з маркетингу, реклами та розподілу (1971 р.), цілями та завданнями якої стало уточнення та просування техніки і практики маркетингу, а також вплив на процес розробки і схвалення законодавства з маркетингу, роботу із законодавчого регламентування сфери маркетингових комунікацій було посилено в усіх країнах. Нині набрали чинності такі розроблені Міжнародною торговою палатою кодекси: з практики сприяння продажу товарів; з рекламної практики; з директ-мейл та практики продажу прямими поштовими відправленнями; з практики прямого продажу тощо. Ці кодекси спочатку використовувались як інструменти самодисципліни і були обов'язковими для виконання всіма країнами-членами. Необхідним елементом міжнародної маркетингової рекламної стратегії є формування рекламного бюджету.

Тут певну роль відіграють як оперативні методи, що впливають з реальної ситуації (наприклад, метод проценту від обсягу збуту, орієнтації на конкурентів), так і точні методи, які впливають з даних аналізу.

Роль наблік рілейшнз (PR) у міжнародних бізнес-комунікаціях. До особливостей організації комунікативної політики в міжнародному маркетингу слід віднести більш активне використання PR з метою завоювання й закріплення довіри і розуміння серед конкретної частини суспільства. Це є особливо важливим для країн, де відводиться першість національним традиціям в організації реклами й споживання товарів. У таких країнах особливо часто спостерігаються конфлікти з міжнародними фірмами. Тому призначення PR на міжнародних ринках може формулюватися, наприклад, так: ідентифікація з інтересами країни-партнера; встановлення контактів з урядом; повага до культурних і соціальних особливостей; вклад у розвиток даної країни; здійснення принципу незалежності від центрального підприємства (для дочірніх фірм чи філій за кордоном); інтенсивна співпраця з рекламними агентствами; регулярне проведення ярмарок і виставок; повсемісне використання електронної комерції й Internet.

Роль мультимедійних технологій у міжнародному маркетингу. Серед сучасних мультимедійних засобів особливе місце в міжнародному маркетингу відводиться Інтернет-мережі, яка забезпечує багаторівневість комунікацій завдяки інтерактивним мережевим процедурам і мультимедійним ресурсам. Особливо активно ця можливість використовується в рекламних кампаніях.

Для проведення ефективної рекламної кампанії необхідно визначитися з наступним: 1) головна мета проведення рекламної кампанії: створення певного іміджу фірми чи продукції; скорочення витрат на рекламу; доступність інформації про фірму чи її продукцію; забезпечення підтримки рекламних агентів і скорочення витрат на друковані види рекламних й інформаційних буклетів і т.д.; 2) основні завдання рекламної кампанії: при підготовці рекламної кампанії необхідно уточнити рівень готовності сприйняття рекламної продукції потенційним споживачем (знання, переконаність, покупка).

Інтерактивні комунікації в міжнародному маркетингу, їх роль у глобальній інформаційній мережі Internet. Особливістю реклами в Інтернеті є те, що її центральний елемент – це Web-сервер фірми. На його основі створюється весь комплекс рекламних заходів. Перед власником Web-сервера стоять два основних завдання: реалізація своєї ідеї у вигляді Web-серверу та його рекламування з метою доведення до користувачів Інтернету факту існування серверу. Виділяють три основні способи виходу відвідувача на сервер: сторінки сервера можуть бути знайдені за допомогою пошукових машин; на сервер можливо потрапити шляхом гіпертекстових посилань на нього, розміщення на інших серверах, в тому числі рекламних банерах.

Реєстрація серверу на пошукових машинах. Новий сервер завжди попадає в поле зору пошукових машин й індексується, тобто включається в базу даних пошукових машин. Тобто інформація про сервер (навіть незареєстрований) відображається у вигляді ключових слів.

Розміщення безплатних посилань у Web-каталогах. Пошукові машини й каталоги використовуються для пошуку необхідної їм інформації. Каталоги представляють собою ієрархічні бази даних за предметними сферами. Проте для користування каталогом виникає необхідність у реєстрації. Оскільки каталоги не мають власних засобів збору інформації, то вся інформація про включення в каталог сервера береться виключно з реєстраційної форми.

Розміщення посилань в «Жовтих сторінках». «Жовті сторінки» (Yellow Pages) – стандартний сервіс із включення назви бізнесу, номерів телефонів й факсу, адреси електронної пошти, посилань на сторінку в Інтернеті, декілька рубрик з перерахуванням бізнесу і короткий опис діяльності компанії.

Реєстрація на тематичних Web-серверах. Практично для будь-якої сфери знань в Інтернеті існують сервери, які містять колекції гіпертекстових посилань на інформаційні ресурси в даній області (Jump Station). Такі сервери містять, як правило, багато посилань й використовуються як відправні елементів для пошуку інформації за певною тематикою. Тому розміщення в них

посилань на сервер може бути корисним для збільшення кількості відвідувачів серверу.

Розміщення посилань на інших серверах. Посилання можливо розміщати на інших серверах за такими напрямками: розміщення посилань на серверах партнерів по бізнесу, наприклад, фірма-виробник обладнання може розмістити на своєму сервері посилання на сервері свого дилера, торгова фірма, яка поставляє товари різних виробників, може розмістити на своєму сервері посилання на сервері виробника; обмін посиланнями.

Публікація на інших серверах матеріалів, в яких міститься посилання на сервер. Прикладом таких публікацій можуть бути он-лайн (on-line) журнали. Можна знайти список цих публікацій відповідно до специфіки бізнесу.

Розміщення платних рекламних об'яв на серверах, які часто відвідують. Необхідно використовувати сервери з високими показниками відвідування для розміщення рекламних об'яв. Наприклад, платні рекламні об'яви розміщують на серверах пошукових машин і Web-каталогах. Рекламні об'яви можуть мати вигляд текстових вірзок (текстове повідомлення на сторінці), графічних (баннерів, тобто – гіперпосилань), просто гіперпосилань.

Ініціативи звичних людей, що найчастіше реалізуються у веб-просторі (брендінг та «Citizen marketing»). «Citizen marketing» (від англ. citizen – громадянин, штатська особа, громадянин) в останні роки привертає увагу провідних світових фахівців в області комунікацій. Причому, якщо для компаній він відкрив абсолютно нові можливості просування продукту, то у професійних агенцій він часто викликає побоювання про долю їх бізнесу. Йдеться про добровільні навколокомунікаційні ініціативи звичних людей, що найчастіше реалізуються у веб-просторі. Розвиток нових медіа, на зразок веблогів, з одного боку, і все більша доступність технологій за рахунок вдосконалення та здешевлення камерафонів, мобільних технологій, відеокамер і т.п. дозволяє створювати концептуально нові форми медіаконтенту. Це сайти, об'єднуючі прихильників певних продуктів і брендів, публікація рецензій і оглядів відповідних новинок ринку, різні конкурси та акції.

Створені на ентузіазмі зразки «любительського маркетингу» відрізняються незашореністю свідомості креаторів і дозволяють відійти від уявлень, які застоялися, про типи аудиторії, підходи до неї. Крім того, на відміну від професійних маркетологів, «любителі» необтяжені необхідністю прораховувати ризики і перспективність кожного елементу стратегії просування, та і власне стратегічністю їх активності. З іншого боку, будь-яка їх ініціатива відображає особисті відносини з трендом. Сьогодні йдеться про необхідність адаптувати це явище до існуючого медіабізнесу і перспективах опенсорсінгу. Одним словом, бренди стають так близькі споживачу, що він готовий власноручно стимулювати їх споживання.

20.5. Економічна роль каналів збуту на міжнародних ринках

Як відомо, всі збутові канали виконують певний набір функцій, необхідних для здійснення обміну між суб'єктами господарських трансакцій. Перейдемо до аналізу цих функцій.

Функція збуту. Більш конкретно, функція збуту передбачає здійснення шести різноманітних процесів: *транспортування*: будь-які дії щодо переміщення товарів від міста їх виробництва до місця споживання; *«ділення»*: будь-які дії по забезпеченню доступності товарів в кількості й формі, відповідним споживачем; *збереження*: будь-які дії щодо забезпечення доступності товарів у момент придбання чи використання; *сортування*: будь-які дії щодо забезпечення наборів спеціалізованих та/чи взаємодоповнюючих товарів, адаптованих до вимог споживача; *встановлення контактів*: будь-які дії, що забезпечують доступ до численних та віддалених груп споживачів; *інформування*: будь-які дії, що забезпечують підвищення знань про ринок та умови конкурентного обміну.

Потоки розподілу. У процесі здійснення розглянутих вище функцій виникають комерційні потоки між учасниками обміну. У каналі збуту виділяють потоки п'яти типів: 1) *потік прав власності*: перехід прав власника на товари від одних організацій до інших; 2) *фізичний потік*: послідовне фізичне переміщення

товарів від виробника через посередника до кінцевого споживача; 3) *потік запитів*: замовлення, що поступають від покупця й посередника й направляються виробника; 4) *фінансовий потік*: різні виплати, рахунки, комісійні, котрі рухаються від кінцевого користувача до виробника й посередника; 5) *потік інформації*: цей потік поширюється у двох напрямленнях: знання про ринок направлене в сторону виробника; знання про запропоновані товари виробником й посередником направлене в бік ринку. Ключове питання при організації мережі полягає не тільки в тому, чи є ці потоки, а й в тому, хто з учасників каналу буде їх виконувати. На практиці існує багато варіантів розподільчих функцій не тільки на різних ринках, але й в межах одного ринку. Ключову роль відіграють витрати, що пов'язані з реалізацією обраної політики, витрати на створення та розгортання каналів збуту, витрати на їх утримання. Особливість дрібних фірм полягає в тому, що багато з них не можуть створити і підтримати власні канали розподілу. Вони змушені працювати з посередниками. До основних причин використання посередників можна віднести: скорочення числа контактів; економія на масштабі; зменшення функціональної невідповідності; покращання асортименту; покращання обслуговування.

Вибір структури каналу збуту зводиться до вирішення питання про розподіл обов'язків між учасниками процесу обміну. З точки зору фірми, перш за все, необхідно вирішувати питання доцільності передачі частини функцій збуту й умови такої передачі.

Виділяють чотири класи посередників, котрі можуть бути включені в канал збуту: оптові, роздрібні, агенти й комерційні компанії з обслуговування. Оптові посередники, як правило, здійснюють продажі іншим продавцям, наприклад, роздрібним торговцям чи клієнтам – організаціям (готелі, ресторани), а не кінцевим користувачам. Вони закупають товари у виробника чи імпортера з правом власності й забезпечують їх збереження й перепродаж невеликими партіями роздрібним торговцям з наданням додаткових послуг. Роздрібна торгівля пропонує товари й послуги безпосередньо кінцевим користувачам для задоволення їх особистих потреб. Вони набувають право власника на товари й при перепродажах їх винагородою є торгова націнка. У наш час

спостерігається тенденція до створення складних збутових систем, які містять у собі функції оптової й роздрібної торгівлі. Подібні системи можуть діяти, наприклад, у формі великих торгових площадок (супермаркетів, гіпермаркетів) чи мереж магазинів. Широке застосування в торгових центрах отримала система самообслуговування, особливо в секторі продуктів харчування.

Конфігурації каналу збуту. Вертикальна структура каналу характеризується числом рівнів, які віддаляють виробника від кінцевого користувача. За цим критерієм є можливим розрізнити прямі й непрямі канали. Варіанти каналів збуту:

1. У прямому каналі, як вже зазначалося вище, не існує посередника, який набував би права власності, й виробник продає товар безпосередньо споживачу й кінцевому користувачу.

2. У непрямому каналі є один чи декілька посередників. Залежно від кількості посередників між виробником і кінцевим користувачем такий канал називають «довгим» чи «коротким». З точки зору виробника, чим довший є канал, тим важче його контролювати.

Типи конкуренції між торговцями. У збутовій мережі спостерігається різні варіанти конкуренції:

1. Горизонтальна конкуренція. Виникає між посередниками одного типу й на одному рівні збутової мережі.

2. Міжвидова горизонтальна конкуренція. Ця форма конкуренції існує між посередниками одного рівня мережі, проте з різними за напрямом характеру дій (наприклад, самообслуговування проти повного обслуговування). Така конкуренція може спричинити до великих розбіжностей на ринку за асортиментами й цінами.

3. Вертикальна конкуренція. Посередники в цьому випадку перебувають на різних рівнях мережі, виконують функції посередника більш високого чи низького рівня. Наприклад, роздрібні торговці можуть здійснювати функції гуртовика, навпаки, гуртові торговці можуть займатися роздрібними продажами.

4. Конкуренція між збутовими каналами. У цьому випадку спостерігається конкурентне протистояння каналу в цілому. Наприклад, традиційна збутова мережа конкурує з просуванням товарів по пошті.

Стратегії охоплення ринку за каналами збуту. Як вже вказувалося вище, в загальному розподілі продукту на міжнародному ринку може бути прямий чи непрямий канал. Вибір конкретного каналу залежить від багатьох факторів. При прямому розподілі угода між закордонною фірмою укладається безпосередньо виробником. При виборі непрямого каналу збуту виникає питання про кількість посередників для покриття потреб ринків та стратегії проникнення на ці ринки.

На споживчих ринках вибір між стратегіями охоплення ринку значною мірою визначається рівнем навичок покупців і типом товару. Розрізняють товари повсякденного попиту, товари попереднього вибору, товари особливого попиту і товари пасивного попиту. Споживчі товари повсякденного попиту купуються малими порціями з мінімумом зусиль при покупці. У цій товарній категорії виділяють три групи: предмети першої необхідності, товари імпульсної покупки й товари для непередбачених випадків. Характеристики таких груп дається в курсі маркетингу, тому звернемося до фактів міжнародного маркетингу.

Ексклюзивна збутова система – це випадок вибіркового збуту. Тільки один торговець отримує право продавати дану марку на певній території й приймає зобов'язується не продавати конкуруючі марки тієї ж торговельної категорії. Стратегія ексклюзивного охоплення є корисною у випадку, коли виробник бажає диференціювати свій товар, проводячи політику високої якості, престижу чи обслуговування. Співробітництво посередників – ключовий фактор успішної реалізації маркетингової стратегії фірми. Для її досягнення, фірма може вибрати комунікаційну стратегію вштовхування чи втягування, а також комбіновану комунікаційну стратегію.

Стратегії вштовхування. Згідно з цією стратегією основні маркетингові зусилля звернуті на посередників з метою забезпечення взяття марки фірми в свій асортимент, створення необхідних запасів, виділення їх товарам краще місце в торговому залі й спонукати споживачів до закупівель товарів фірми. Мета: досягнення добровільної співпраці з посередником, запропонував йому привабливі умови.

Стратегія втягування. Ці стратегії концентрують усе комунікаційні зусилля на опиті. Мета: створення на рівні кінцевого попиту сприятливих по відносно товару чи торгової марки уявлень та асоціацій. В ідеалі сам кінцевий споживач буде вимагати цю марку від продавця й тим самим спонукає його до торгівлі цією маркою.

Стратегія диференціації дистриб'ютора. Торгові фірми переглянули традиційні стратегії позиціонування й змінили концепцію місця продажів. Ця стратегія на рівні магазинів означає, що клієнти у виборі певної торговельної точки повинні бачити важливі переваги, відсутні у конкурентів. Назвемо декілька стратегій: концепція магазину як сукупність якостей, модель «товару з багатьма якостями». З точки зору споживача, торгова точка (наприклад, супермаркет) може бути описана в термінах якостей (атрибутів): опис території чи торгової зони, на якій торговець планує налагодити ділові стосунки з клієнтами; асортимент: розмаїтість товарів, описаних у термінах широти (різноманітності функцій й повноти тої ж функції).

Інтерактивний чи прямий маркетинг. Асоціація прямого маркетингу (Direct Marketing Association) так визначила прямий маркетинг: «Інтерактивна система, котра використовує одну чи декілька рекламних середовищ з метою отримання від любого клієнта відгуку й/чи укладення угоди. Згідно із цим визначенням, прямий маркетинг необов'язково ототожнюється з торгівлею без магазину, тобто з маркетинговою системою, яка не звертається до посередника. Для прояснення цього питання, необхідно розмежувати систему прямого продажу (власно прямий маркетинг) й маркетинг «прямих зв'язків». У системі прямих продаж замовник купує дома й товар доставляється додому: фірма здійснює прямий збут без посередників. Така торгівля без магазинів здійснюється за каталогами з розсилкою поштою, шляхом прямої розсилки, телемаркетингу, закупки через електронні засоби й т.п. У системі маркетингу прямих відношень прямі продажі є необов'язковими: завдання полягає у встановленні прямих контактів з клієнтами для підтримання стійких відносин.

Маркетинг відносин. Маркетинг відносин не є тотожним торгівлі без магазину. Це є система маркетингу, котра намагається встановити довгострокові й конструктивні зв'язки з покупцем. Цим відрізняється ця система від маркетингу угод, який має більш короткострокову орієнтацію й направлений на негайні продажі. У маркетингу відношень джерелом прибутків виступає клієнт, а не товар й не марка. Підтримка й розширення сукупності клієнтів — це головна мета в рамках встановлення взаємовигідних відносин. Аналіз портфелю клієнтів й якість зайнятого сегменту ринку набуває особливого значення. Маркетинг відносин є особливо придатним у промисловості, коли зв'язки постачальник-клієнти зорієнтовані на більш стійкі довготривалі відносини між партнерами.

20.6. Аукціони, торги, міжнародні ярмарки та виставки, біржі у стратегіях збуту товару

Аукціони. Сьогодні до основних аукціонних товарів відносять: хутро, чай, тютюн, фрукти, рибу, антикварні вироби, предмети старовини, художні вироби. Найважливіші аукціонні центри з продажу: вовни – Лондон, Ліверпуль, Сідней, Антверпен; хутра – Санкт-Петербург, Лондон, Нью-Йорк, Монреаль; чаю – Лондон, Амстердам, Калькутта, Коломбо; тютюну – Амстердам, Нью-Йорк; прянощів – Лондон, Амстердам; антикварних і художніх виробів – Лондон, Амстердам. У країнах СНД виділяються аукціони з продажу хутра в Санкт-Петербурзі, килимових виробів – у Ташкенті. Звертає на себе увагу висока вартість аукціонних товарів. Покупець підписує стандартний формуляр аукціонного продажу, де вказується термін вивозу товару покупцем (3–14 днів), умови платежу (звичайно 25–30 % вартості виплачується під час підписання формуляра, а решта – після одержання товару). Аукціонний спосіб торгівлі має певні переваги як для продавця, так і для покупця. Присутність великої кількості конкуруючих покупців допомагає краще виявити попит.

Торги. Торги дають змогу зосередити в одному місці велику кількість постачальників чи підрядчиків. До торгів звичайно звертаються державні установи, муніципальні органи і приватні

фірми при будівництві залізниць, портових, іригаційних, комунальних споруд, промислових підприємств, при закупівлі приладів, матеріалів, устаткування, сировини, продуктів харчування. Державні і муніципальні органи звичайно не займаються регулярними комерційними операціями, не мають комерційного апарату. Тому вони організовують торги шляхом зосередження великого числа конкуруючих фірм в одному місці.

Міжнародні ярмарки виставки. Ярмарок – це періодичний ринок, де зустрічаються покупець і продавець. Виникнення ярмарків відносять до епохи раннього феодалізму. Значні ярмарки були в минулому центрами міжнародного товарообігу і відігравали важливу роль у торгівлі. Вони сприяли виникненню бірж та аукціонів. Ярмарки підрозділяються на місцеві, національні і міжнародні. За характером виставлених експонатів розрізняють ярмарки універсальні і спеціалізовані. Виставка – це публічна демонстрація досягнень у певній галузі економіки, науки, культури. Здебільшого торговельно-промислові виставки організуються з метою реклами товарів. У деяких країнах, наприклад в Україні, функціонують постійно діючі виставки – це виставки досягнень народного господарства. До великих міжнародних ярмарків належать постійно діючі торговельні ярмарки в Нью-Йорку, Монреалі, Чикаго, Франкфурті-на-Майні, Ганновері, Мілані, Палермо, Парижі, Ліоні, Бордо, Марселі, Токіо, Осаці. У країнах Східної Європи виділяються ярмарки в Лейпцигу, Брно, Пловдиві, Белграді, Загребі. У країнах, що розвиваються, найвідоміші ярмарки в Тунісі, Касабланці, Дамаску, Алжирі, Тріполі. Відомий американський маркетолог Г. А. Черчілль у своєму визначенні маркетингового дослідження підкреслює їх інформаційно-комунікативну роль. Він пише, що «маркетингові дослідження є функцією, яка зв'язує організацію зі споживачем через інформацію. Інформація використовується для виявлення й визначення можливостей й проблем маркетингу; розробки, уточнення, оцінки й контролю виконання маркетингових заходів; удосконалення розуміння маркетингу як процесу.

20.7. Стратегії пошуку та виходу фірми на зовнішні ринки

Після того, як фірма визначилася з цільовими ринками за кордоном, перед нею постає завдання пошуку найефективнішого способу виходу на ці ринки. Міжнародні стратегії проникнення на ринки – це комплекс інституалізованих заходів фірми, направлених на забезпечення проникнення на закордонні ринки продуктів, технологій, людського та фінансового капіталу.

Критерії ефективності міжнародних маркетингових стратегій. Ідеальних стратегій проникнення на ринки не існує, і при входженні різних фірм на один і той ринок і/чи одної фірми на різні ринки можуть бути використані різні методи. Згідно з дослідженнями Ф. Рута існує три різні підходи:

1. Шаблонний підхід. Маркетолог використовує одну й ту ж стратегію проникнення для всіх закордонних ринків. Цей підхід не враховує різниці між окремими ринками.

2. Прагматичний підхід. Маркетолог використовує потенційно здійсненну стратегію проникнення для кожного окремого закордонного ринку. На початковому етапі експорту використовуються стратегії з низьким рівнем ризиків. Тільки в тому випадку, коли якщо вибрана початкова стратегія проникнення виявляється нездійсненою чи нерентабельною, фірма починає пошук іншого прийняттого способу проникнення.

3. Стратегічний підхід. Остаточне рішення приймається на основі системного аналізу й порівняльних оцінок усіх альтернативних стратегій проникнення. Даний підхід пропонує вибір такої стратегії, яка може забезпечити максимальну прибутковість протягом запланованого періоду проникнення з урахуванням: доступності ресурсів компанії, рівня ризику та існування некомерційної мети.

Єдиного погляду на визначення поняття ефективності стратегії міжнародного маркетингу в літературі не існує. Деякі вчені-економісти пропонують в рамках маркетингової діяльності спиратися на показники ефективності господарської діяльності підприємства взагалі, не визначаючи ефективності маркетингової стратегії як такої. Інші науковці пропонують визначати ефективність маркетингу через аналіз певних спеціальних показників,

зокрема через ефективність маркетингових рішень. Розглядаємо ефективність стратегії маркетингу як ступінь досягнення маркетингових цілей за певний проміжок часу. До основних факторів ефективності стратегії міжнародного маркетингу належать як фактори зовнішнього й внутрішньофірмового середовища, так і ті стратегічні заходи, що справляють суттєвий вплив на досягнення цілей підприємства.

Вибір ринку та стратегії виходу на нього. Провідний спеціаліст компанії The Boston Consulting Group Ханс-Пол Бюркнер в якості головного досягнення менеджменту збуту останнього десятиліття назвав ідею декомпозиції ланцюга створення цінностей. Здійснення цієї ідеї означає, що ланцюг швидко створюється і трансформується за рахунок взаємодії ряду самостійних ланцюгів, кожний з яких може бути переміщено в будь-яку країну світу, де може бути забезпечено отримання унікальної вигоди. Щоб описати ланцюг, використовують: масштаб ринку (локальний, регіональний, національний, міжнародний); знайомство з ринком (старий ринок, споріднений ринок, новий ринок); обсяг обробки ринку (один сегмент, декілька сегментів, весь ринок); спосіб обробки ринку (диференційований, недиференційований); концентрація на одному з інструментів маркетингу (ціна, якість); первинна ціль (збут, рентабельність); відношення до конкурентів (агресивне, нейтральне); відношення до кооперації; відношення до темпів зростання (швидке зростання, помірні темпи, скорочення виробництва); відношення до інновації (новизна, адаптація).

Фактори, які впливають на вибір стратегії проникнення на іноземні ринки. Залежно від глибини обґрунтування управлінського рішення можна виділити два підходи до вибору зовнішнього ринку:

1. Суб'єктивний підхід ґрунтується на суб'єктивних відчуттях, очікуваннях, досвіді осіб, які приймають рішення про вихід на конкретний ринок.

2. Дискретний підхід ґрунтується на оцінці 2–3 найбільш важливих для підприємства показників розвитку ринку або інших критеріїв. Загальною вимогою до інформаційної бази за дискретним підходом є надійність, правдивість, перевіреність обраних показників.

Експортні стратегії. Виділяють прямий, непрямий та сумісний експорт. При прямому експорті фірма сама здійснює функцією експорту без її делегування. Фірма виробник самостійно проводить експортну операцію й має безпосередній прямий контакт з першим посередником на закордонному цільовому ринку. У сферу діяльності фірми входить оформлення документації, фізична доставка товару й формування політики ціноутворення. Продукт реалізується агентом чи дистриб'ютором. Фірма займається аналізом зарубіжних ринків, товарообігом, ціноутворенням. Посередниками фірми можуть бути: національні, іноземні та змішані підприємства; клуби, групи та асоціації підприємств-виробників, які делегують їм свої права з управління експорту з метою підвищення його ефективності.

При сумісному експорті підписують угоду з іншою фірмою (групи реалізації експортних стратегій) про сумісне здійснення експортних операцій. Існує п'ять основних стратегій непрямого експорту: 1) через агента з експортних закупівель; 2) через брокера, 3) через компанію, яка управляє експортними операціями/експортну компанію; 4) через торгову компанію; 5) метод «причепу».

Агент з експортних закупівель (експортна – комісійна фірма) – це представник іноземного покупця, який базується у країні виробника. По суті, цей агент закордонного замовника наймається для здійснення закупівель на внутрішньому ринку країни-експортера і організує свою діяльність на основі отриманих замовлень. Оскільки агент діє в інтересах покупця, то саме він й сплачує комісійні. Виробник-експортер напряму не бере участь в обговоренні умов закупівель. Ці умови погоджуються у процесі переговорів між агентом із закупівель та іноземним покупцем. Брокер є іншим типом агента, який базується у країні експортера. Основна функція брокера з експорту/імпорту – посередництво при укладанні угод між покупцем та продавцем. Таким чином, брокер працює на контрактній основі й реально не розпоряджається продуктом, що купується чи продається. За свої послуги брокер отримує комісійні (близько 5 %) від свого принципала. Як правило, брокер спеціалізується на певному виді продукції чи

асортименті. Спостерігається тенденція до звуження спеціалізації, тобто більшість брокерів працює з одним чи двома продуктами. Оскільки в сферу діяльності брокера попадають в першу чергу товари серійного виробництва, для багатьох потенційних експортерів цей тип агента як альтернативний канал розподілу не представляє великого інтересу. Компанії з управління експортними операціями чи експортні компанії є спеціалізованими організаціями, які функціонують як «експортні відділи» ряду фірм. Ця організація здійснює операції від імені того виробника, інтереси якого представляє. Уся переписка з покупцем та всі переговори щодо контракту ведуться від імені виробника, а всі цінові пропозиції й замовлення повинні бути підтверджені виробником.

Стратегія «причеп» є стратегією для малих і середніх підприємств з недостатнім досвідом зовнішньої торгівлі. Полягає вона в тому, що мале підприємство («пасажир») підписує угоду з досвідченою у зовнішній торгівлі компанією («перевізником») про посередництво на певних закордонних ринках. Стратегії прямого експорту використовуються фірмами-виробниками для виконання експортної операції безпосередньо з імпортером чи з покупцем. Звичайно, непрямий експорт є більш простішою операцією. Для прямого експорту фірма повинна вже мати певний досвід, контакти із закордонними партнерами. Групи реалізації експортних стратегій створюють малі й середні підприємства, які здійснюють свої перші кроки на зовнішніх ринках. Більшість з них не можуть використовувати ефект масштабу.

Проміжні стратегії проникнення. Коли обслуговування всіх закордонних ринків з національних підприємств стає невігідною справою, фірма переходить на проміжні стратегії. Різниця між експортними та проміжними стратегіями проникнення полягає в тому, що перші слугують експорту товарів і послуг, а проміжні – не лише експорту, а й передачі знань, напрацьованих технологій. Для цього створюють торговельні філіали за кордоном для забезпечення кращого контролю за операціями. Такий філіал можливо створити за участі місцевої фірми для того, щоб скористатися її зв'язками та знаннями ринку. Проміжні стратегії є одним з прибуткових засобів виходу на зовнішній ринок у випадку

обмеженості ринку, а також дефіциті людських та організаторських ресурсів. Але ж рівень зайнятості в міжнародній торгівлі низький і фірма не набуває міжнародного досвіду, а також не працює на довгострокову перспективу. Проміжні стратегії проникнення включають різні форми організації співпраці: ліцензування, франчайзинг, підписання контрактів на управління, контроль.

Франчайзинг. Основою франчайзингу є договір двох компаній, одна з яких надає іншій право на користування знаком для товару чи послуг, фірмового ім'я чи технологічного процесу, іміджу чи ділової репутації, спеціалізованого обладнання або ноу-хау.

Пряме інвестування – вкладання грошових ресурсів у створення нового підприємства (купівлю старого) чи в розширення уже діючого. Часто інвестиції вкладаються в підприємства зі збору продукції (підприємства без повного виробничого циклу).

Організація збірки продукції – це форма прямого інвестування, що являє собою компроміс між експортом і створенням власного підприємства за кордоном з повним виробничим циклом.

Купівля підприємств за кордоном. Купівля вже діючого підприємства здійснюється з метою використання його інфраструктури, клієнтів, виробничих та інших ресурсів, що забезпечує іноземній фірмі швидкий вихід на ринок. Недоліком цієї стратегії є те, що іноді реструктуризація займає більше часу, ніж будівництво нового підприємства.

Контракти на виробництво є довгостроковими міжнародними договорами між представниками двох різних країн на виробництво чи збір кінцевого продукту. Компанія, що укладає такий контракт, залишає за собою повний контроль над маркетингом та просуванням продукції.

Ліцензійний договір. Ліцензування – простий спосіб для виробника вийти на міжнародний ринок, при якому компанія вступає в угоду з ліцензіатом на закордонному ринку, надаючи йому право на використання технологій виробництва, торгової марки, патенту за ліцензійну оплату або винагороду.

Управління за контрактом – метод виходу на зовнішній ринок з низьким ризиком; він дозволяє отримувати дохід з самого

початку; співробітництво, в якому місцева компанія надає закордонній компанії ноу-хау з менеджменту; закордонна компанія, в свою чергу, надає капітал.

Виробнича кооперація. Ускладнення технологічних та конструкторських рішень не дозволяють виробляти кінцеву продукцію на одному підприємстві, оскільки може потребуватися інша технічна і нова виробнича база, на що потрібні значні ресурси. Тому фірми намагаються знайти нових партнерів з виробничої кооперації.

Спільне підприємство (СП) є однією з форм міжнародної виробничо-технічної співпраці, де партнери об'єднують свої капітали, створюючи спільну власність, спільно нею керують і ділять прибуток пропорційно своїй участі в капіталі. Таке підприємство реєструється у країні одного з учасників.

Ієрархічні стратегії передбачають створення фірмою власного підконтрольного їй іноземного дочірнього підприємства із забезпеченням певного рівня контролю його діяльності. Вчений-економіст Перлмуттер виділяє такі етапи інтернаціоналізації фірми:

1. Етноцентрична орієнтація полягає в тому, що представником компанії стає співвітчизник – торговий представник – нерезидент й на зовнішньому ринку використовуються схожі методи маркетингу, що й у внутрішньому.

2. Поліцентрична орієнтація має на увазі створення місцевої дочірньої компанії. Ця стратегія базується на визнанні факту значної різниці в ринкових умовах у різних частинах світу/країнах і необхідності мати дочірню компанію з адаптивним маркетингом.

3. Регіональна орієнтація є орієнтацією на інтернаціоналізацію на рівні світових регіонів.

4. Геоцентрична орієнтація є характерною для транснаціональних організацій. Цей підхід базується на припущенні про існування на світових ринках як розбіжностей, так і спільних рис, що й дає можливість вироблення транснаціональної стратегії.

Торгова та виробнича дочірня компанія. Коли потенціал фірмової продукції є достатнім для довгострокового перебування на ринку у відносно стабільній з політичної точки зору країні, то

створюється торгово-виробниче дочірнє підприємство з метою забезпечення необхідного рівня контролю.

Регіональний центр (офіс). Сучасний світ все більшою мірою регіоналізується, підтвердженням чому слугує утворення таких організацій, як ЄС, НАФТА. Яскравим прикладом діяльності в цій сфері є діяльність ТНК. Експерти ООН при аналізі 650 ТНК керувалися наявністю типових ознак ТНК і брали за вихідний критерій річний оборот не менше 300 млн доларів. ТНК можна визначити як інститут або організацію, що здійснює виробництво або послуги, не менше, ніж у шести країнах, у яких не менше 25 % іноземних працівників і не менше 25 % капіталовкладень за рубежем. Стратегія транснаціональних корпорацій заснована на глобальному підході, що передбачає оптимізацію результату не для кожної окремої ланки, а для об'єднання в цілому.

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. У чому полягає основна мета маркетингового дослідження?
2. Які складові процесу міжнародного маркетингового дослідження ви знаєте?
3. У чому полягає специфіка маркетингової розвідки як методу одержання інформації?
4. У чому полягає призначення бенчмаркінгу?
5. Які складові асортиментної політики ви знаєте?
6. У чому полягає особливість таких атрибутів товару як упаковка, маркування та дизайн?
7. Які якості торгової марки характеризують її як інтелектуальну власність?
8. Які стратегії позиціонування товару на міжнародному ринку ви знаєте.
9. Які Ви розумієте термін «канали збуту»?
10. Які переваги використання посередників?
11. Яка економічна роль каналів збуту ?

12. Назвіть призначення та різницю аукціонів, торгів, міжнародних ярмарок, виставок у стратегіях збуту товару, біржі?
13. Які критерії ефективності міжнародних маркетингових стратегій?
14. Як відбувається вибір ринку та стратегій виходу на нього?
15. У чому полягає специфіка стратегії проникнення?
16. У чому полягає специфіка експортної стратегії?
17. У чому полягає специфіка проміжної стратегії?
18. У чому полягає специфіка ієрархічної стратегії?
19. Які стратегії ціноутворення ви знаєте?
20. Назвіть фактори, які впливають на міжнародну стратегію ціноутворення.
21. Які види цін на міжнародному ринку ви можете назвати?
22. Як ціна пов'язана з іншими інструментаріями маркетингу?
23. У чому полягає різниця комунікативної політики на міжнародних та внутрішніх ринках?
24. У чому полягають функції реклами в міжнародному маркетингу?
25. У чому полягає специфіка публік рілейшнз у міжнародних бізнес-комунікаціях?
26. Роль мультимедіатехнологій у міжнародному маркетингу

ГЛАВА 21

ГЛОБАЛЬНА ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ І НОВІ СТРАТЕГІЇ ВЕДЕННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

22.1. Електронна комерція (electronic commerce)

Стратегії міжнародного маркетингу перебувають у динаміці та розвитку. Орієнтація бізнесу на інноваційні технології, бурхливий розвиток у технологічному середовищі поповнюють теорії і практику міжнародного маркетингу новим інструментарієм та підходами. Останнім часом у зв'язку з швидким розвитком комп'ютерної техніки і комп'ютерних мереж загального доступу виникла можливість перенесення частини діяльності господарюючих суб'єктів і державних органів управління у так званий «кіберпростір», під яким варто розуміти циркуляцію вмісту локальних і глобальних мереж, об'єднаних Інтернетом.

Застосування найновіших технологій і комунікацій у комерційній діяльності та повсякденному житті обумовило виникнення нових економічних явищ, таких як: «економіка в режимі реального часу» («the online economy») або «електронна комерція» («electronic commerce»).

Значна частина компаній не зупинилася на досягнутому, перемістившись на наступний рівень – **електронну комерцію**. Електронна комерція дозволяє замовляти продукцію та послуги прямо на Web-сайті, а потім отримувати їх традиційним шляхом: за допомогою транспортної організації, або для інформаційних продуктів – пересилкою каналами Інтернету.

Електронна комерція – термін, що відноситься до використання Інтернету з метою проведення комерційних операцій між підприємствами або між підприємством та споживачами. Одне з найважливіших завдань сучасної електронної комерції – заміна традиційного механізму торгівлі між підприємствами. При цьому передбачається, що клієнт попередньо вибирає товар, а з допомогою Інтернету проводиться операція продажу.

Міжнародно-правове середовище електронної торгівлі.
Західні наковці у зв'язку з глобальним характером «online

есопоту» вважають, що законодавче регулювання повинно бути зведено до мінімуму, стати послідовно міжнародним та прозорим. Глобальний і розгалужений характер економіки в реальному часі робить неможливим її регулювання будь-яким урядом або державним органом. Як наслідок – часто використаний у бізнесі метод саморегулювання. Глобальний бізнес-діалог повинен бути направлений на пропозиції певних рішень, що відносяться до вказаної системи самоврядування та створення уніфікованих правил або «кодексів поведінки».

Електронна комерція (ЕК) в юридичному значенні являє собою укладання на міжнародних та внутрішніх ринках в електронному вигляді цілого ряду підприємницьких угод, таких як, наприклад: купівля-продаж, постачання, угода про поділ продукції, страхування, банківські угоди, перевезення вантажів або пасажирів повітряним, морським, залізничним транспортом, а також інших угод, пов'язаних з промисловою та діловою співпрацею. Науковці по-різному підходять до розуміння поняття електронної комерції. Деякі вчені розуміють під останньою торгівлю через мережу Інтернет за допомогою комп'ютерів покупця та продавця. Інші пропонують розглядати електронну комерцію як торгову діяльність, яка має основною метою отримання прибутку та ґрунтується на комплексній автоматизації комерційного циклу за рахунок використання засобів обчислювальної техніки. Поширеним також є розуміння електронної комерції як укладення шляхом обміну електронними документами наступних угод (але не обмежуючись ними): купівля-продаж, поставка, угода про розподіл продукції, агентські відносини, факторинг, лізинг, проектування, консалтинг, інжиніринг, інвестиційні контракти, страхування, угоди про експлуатацію та концесії, банківські послуги, спільна діяльність та інші форми ділового співробітництва, транспортні послуги. Окремі автори відносять до сфери електронної комерції також й біржові угоди. Деякі фахівці розуміють під електронною торгівлею комерційну діяльність у сфері реклами та поширення товарів і послуг за допомогою використання мережі Інтернет. Також існує думка, що в найзагальнішому розумінні електронну комерцію можна визначити як здійснення купівлі-продажу товарів та послуг через електронні мережі, у тому числі через Інтернет.

«Електронна комерція» є комплексним правовим поняттям, яке спирається на такі категорії, як електронний підпис, електронний обмін документами, електронний договір, електронні документи, електронні розрахунки. У світі вже почалася активна робота щодо створення належного правового забезпечення електронної комерції, і вже є певні результати. Зразком слугує Типовий закон Юнсітрал «Про електронну торгівлю», прийнятий Комісією ООН по праву міжнародної торгівлі в 1996 році. Цілі цього Закону, що полягають у створенні можливостей для використання електронної торгівлі та у сприянні поширенню її використання, а також у забезпеченні однакового режиму для користувачів паперової документації та користувачів комп'ютеризованої інформації, мають важливе значення для підвищення економічності та ефективності міжнародної торгівлі. Включення до національного законодавства процедур, що передбачаються Типовим законом, для врегулювання ситуацій, коли сторони вирішують використовувати електронні засоби передачі даних, дозволить державі, що ратифікує цей Закон, створити умови, які будуть нейтральними з точки зору різних носіїв інформації. У рамках ЄС прийнято ряд актів, спрямованих на регулювання ЕК, серед них: Директива ЄС «Про електронну торгівлю», «Про електронний підпис», «Про деякі аспекти електронної торгівлі на внутрішньому ринку», «Про захист споживачів у випадку укладення контрактів на відстані» тощо. Одним з найскладніших питань електронної комерції є використання електронного цифрового підпису, тому корисним є досвід деяких країн, у яких це питання врегульоване окремим законом: 1. Європейський парламент та Рада Європейського Союзу розробили Директиву від 13 грудня 1999 р. «Про правові підстави для використання електронних підписів». 2. Комісією ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) 5 червня 2001 р. було прийнято Типовий закон «Про електронний підпис». 3. Міжпарламентська асамблея країн-учасниць СНД розробила Модельний закон від 9 грудня 2000 р. «Про електронний цифровий підпис». 4. У США прийнято Федеральний Закон від 1 жовтня 2000 р. «Про електронні підписи у міжнародних та внутрішньодержавних

торгових відносинах». 5. Штат Юта США ще 1 травня 1995 р. прийняв Закон «Про електронний підпис». 6. Німеччина у 1997 р. прийняла Закон «Про регулювання основних умов надання інформаційних та комунікаційних послуг». Стаття 7 цього Закону присвячена електронним підписам. Саме тому 8 жовтня 1997 р. Федеральний уряд видав окрему постанову «Про електронний підпис», Італійська Республіка 1 березня 1997 р. прийняла «Закон Басаніні», у Російській Федерації у січні 2002 р. прийнято Закон «Про електронний підпис» тощо.

22.2. Механізми функціонування глобальної електронної торгівлі

Щоб краще зрозуміти механізми електронної комерції, розділимо її на п'ять сфер: **Перша – реклама як спосіб привертання уваги споживачів до комерційного сайту.** Оскільки Інтернет охоплює весь світ, то не так важливо, у якому куточку планети перебуває продавець, а в якому – споживач. Проте привернути увагу в Мережі складніше, ніж при використанні традиційної реклами у звичайному світі. До реклами в Інтернеті повинні бути пред'явлені підвищені вимоги: доступність, динамічність, інтерактивність та привабливість. Для створення такої реклами були розроблені принципово нові засоби – Java-анімація, DHTML та VRML. **Друга – подання товару, показ продукції засобами Інтернету.** У традиційній торгівлі покупець, як правило, може побачити товар та органолептично оцінити його. В Інтернеті до послуг клієнта всі можливості мультимедіа: для показу товару використовуються відеороліки, звук, тривимірні образи та анімація. Після того, як реклама привернула до товару увагу клієнта, головне – вселити довіру до запропонованої продукції. Споживач належним чином оцінить товар, якщо зможе з будь-якого боку побачити його на екрані, вивчити, тобто відчувати своїм. **Третя – здійснення операцій (придбання), обов'язково швидке та безпечне.** Виконання замовлення повинно супроводжуватися повідомленням електронною поштою та, безумовно, бути можливим для спостереження за допомогою спеціального сайту. **Четверта – післяпродажна підтримка, допомога, що надається клієнтові**

як при оформленні покупки, так і після її здійснення. Для повного задоволення клієнта необхідно дати йому можливість спілкування з компанією-продавцем електронною поштою і на сайті, а у випадку виникнення у нього проблем – негайно відреагувати на його скарги. **П'ята – побудова відносин, вироблення у клієнта прив'язаності до марки та бажання повернутися за новими покупками.** Технологія «проштовхування» товару полягає у вивченні переваг та смаків клієнта. Своєчасно проінформувавши покупця про потрібні для нього товари та послуги, ви обов'язково викличете у нього бажання звернутися за новими покупками. У розвитку таких відносин велику роль можуть відігравати відео-конференції.

Найбільш далекоглядні фірми використовують Інтернет для підвищення ефективності усіх аспектів свого бізнесу. На цьому рівні Інтернет стає глобальним діловим середовищем, що об'єднує працівників підприємства, його клієнтів, партнерів, постачальників, виробників та учасників мережі продаж. Така модель використання Інтернету розширює поняття електронної комерції, і тому її називають більш загальним терміном **«електронний бізнес»**.

Вираз «електронний бізнес» містить головну ідею: зробити торгівлю більш ефективною та оперативною за допомогою переходу до електронної торгівлі. На перший погляд це неважко, однак суть електронного бізнесу не обмежується використанням програмного забезпечення та комп'ютерів. Реалізація простої і зрозумілої ідеї потребує перегляду всієї моделі ділового обігу. Електронний бізнес, як будь-який інший, потребує комплексного підходу, що включає планування та управління, яке підтримується технологією, процесами та структурою. Основна складність підтримки в електронному бізнесі полягає у необхідності дотримання безпечності та надійності програмного та апаратного забезпечення, мережі, каналів зв'язку і звісно Інтернету в цілому.

За мірою розповсюдження та зростання популярності таких можливостей Інтернету, як освіта, розваги, мандрювання, зв'язок і відвідування магазинів, постійно збільшується масштаб та рівень його використання: електронний бізнес охопив усі галузі застосу-

вання Інтернету, включаючи платіжні операції. Намагаючись дати визначення електронному бізнесу, зазначимо, що це поняття має на увазі всі сторони ділових відносин в Інтернеті, у тому числі продажі, маркетинг, фінансовий аналіз, платежі, пошук працівників, підтримку користувачів та партнерських відносин. Електронний бізнес – це не далеке майбутнє. Завдяки можливостям Інтернету він розвивається вже зараз. Ризикнемо заявити, що концепція електронного бізнесу навіть старіша, ніж персональний комп'ютер. Додатки електронного обміну даними (Electronic Data Interchange, EDI) та електронного переказу коштів (Electronic Funds Transfer, EFT), що використовувалися ще у 70-х роках, можна вважати першим досвідом електронного бізнесу. Тепер, коли десятки мільйонів підключених до Інтернету персональних комп'ютерів об'єднують компанії одна з одною та зі всією споживацькою аудиторією, змінилася сама структура ділових відносин. А підприємства, які колись першими розпочали використовувати комп'ютерні мережі, успішно опановують електронний бізнес.

Ми розглянули три стадії розвитку електронного бізнесу і для зручності узагальнимо надалі такі поняття, як електронна комерція та електронна торгівля у «електронний бізнес», а коли будемо говорити про 3-й рівень, то позначимо його «електронний бізнес» (3 р).

22.3. Інфраструктура та менеджмент систем електронного бізнесу

Для початку перерахуємо системи, які входять в електронний бізнес.

Рішення для інтернет-торгівлі. Виробники та постачальники товарів та послуг різноманітних категорій можуть запропонувати свої продукти, прийняти через мережу замовлення клієнта та обробити його. Покупці (споживачі) за допомогою стандартних інтернет-браузерів проглядають каталоги і прайс-сторінки запропонованих товарів та послуг та оформлюють через Інтернет замовлення (заявки, запити).

Платіжні системи. Покупець або замовник може оплатити вибраний ним товар або послугу через Інтернет, не встаючи за комп'ютера. Таким чином, в електронному бізнесі можливе проведення операцій у режимі реального часу.

Системи доставки. Замовлений товар необхідно доставити покупцю в максимально стислий час, в іншому випадку діяльність, пов'язана з електронним бізнесом, уявляється малоефективною, звичайно, якщо не йдеться про унікальний або більш дешевий товар, ніж пропонується у звичайному магазині.

Арбітражна (правова) система. Будь-яка діяльність незалежно від форми ведення бізнесу повинна регулюватися правовими нормами, так щоб при виникненні суперечливих ситуацій їх можливо було вирішити легітимним шляхом.

Електронний бізнес (З р) включає в себе наступні елементи (у тому числі як міжнародні, так і внутрішні операції): купівлю-продаж, поставки, угоду про розподілення продукції, торгове представництво чи агентство, факторинг, лізинг, проектування, консалтинг, інжиніринг, інвестиційні контракти, страхування, угоди про використання та концесії, банківські послуги, спільну діяльність та інші форми промислового та ділового співробітництва, перевезення вантажів та пасажирів повітряним або морським, залізничним транспортом. Залежно від виду діяльності підприємства цей перелік може бути продовжений.

Таким чином, ми розглянули складові інфраструктури системи електронного бізнесу (зокрема під поняттям інфраструктури розуміємо всі системи, які обслуговують процес електронного бізнесу). Будь-яка система для її успішного функціонування потребує присутності всіх складових своєї інфраструктури, повної їх дієздатності та успішної їх взаємодії, бажаного розвитку та вдосконалення їх діяльності. Що стосується інфраструктури системи електронного бізнесу в нашій країні, то на сьогодні вона перебуває у досить нерозвиненому стані. Єдиною складовою, що більш-менш виконує свої функції, є перша система у складі електронного бізнесу – рішення для інтернет-торгівлі. Дійсно в останній час з'являється велика кількість електронних «дошок оголошень», де можна розмістити свою рекламу та вибрати для себе необхідну

продукцію. Але це нижчий рівень, який ми попередньо назвали Інтернет комерція (1-й рівень в електронному бізнесі). На цьому рівні відбуваються досить нескладні процеси і він певним чином забезпечений своєю інфраструктурою (це окремі програмні ресурси типу електронних магазинів, куди можна занести інформацію про свої товари і таким чином за досить незначну ціну зробити для себе рекламу як у США).

Завдяки таким ресурсам підприємства та організації, які є клієнтами названих вище систем, можуть розширювати ринки збуту з виходом на конкретну цільову аудиторію; здійснювати пошук постачальників сировини, інвестицій та ділових партнерів; підтримувати та створювати імідж фірми. Для досконалого менеджменту в системах електронного бізнесу ефективно управляти накопиченою інформацією дуже важливо. На кожному з трьох рівнів електронного бізнесу процеси менеджменту мають свої особливості. Наприклад, на другому рівні важливим моментом у менеджменті є вирішення такого питання – із переходом від звичайних традиційних методів торгівлі на електронну закономірним процесом стане ліквідація торговельних посередників. Ці люди не залишаються без робочих місць, просто вони становляться менеджерами електронного бізнесу.

22.4. Типи електронної комерції – каркас нових стратегій ведення бізнесу

Вплив електронної комерції на економіку не обмежується розміром прибутків. Підприємства використовують електронну комерцію для підвищення своєї конкурентоспроможності, що досягається можливістю надати більш корисну інформацію, розширення можливостей вибору, розвитку нових послуг, раціоналізації процесу здійснення закупки, зниження затрат.

Розрізняють чотири типи електронної комерції: 1. **B-t-B (business – to – business)** – бізнес для бізнесу. Зразки підприємства: зв'язок з EDI; GM, Ford and DaimlerChrysler сумісно шукають на ринку постачальника деталей автомобілів. 2. **B-t-C (business – to – consumer)** – бізнес для споживача. Зразки підприємства: Del, Furniture.com, eToys, Cdnw. 3. **C-t -B (consumer– to – business)**

(обернений аукціон) споживач для бізнесу. Зразки підприємства: Priceline, HobShop (Accompany), LetsBuyit. 4. **C-t-C (consumer-to – consumer)** споживач для споживача. Зразки підприємства: eBay, QXL, Furniture.com.

Спеціалісти відмічають тенденцію перевищення обсягу (до 5 разів) ринку підприємств (B-t-B) над обсягом ринку підприємств та споживачів (B-t-C). Електронна комерція між підприємствами (B-t-B) використовувалася в практиці й до появи Інтернету у вигляді електронного обміну даними (EDI – electronic data interchange). Електронний обмін даними (EDI) сприяв раціоналізації методів ведення комерційної діяльності і дозволив знизити трансакційні витрати. Постачальники, виробники, гуртові і роздрібні торговці отримали доступ до спільної інформації про наявність товару та змогли розсилати замовлення, звіти і дані про відправку товару.

Проте підключення до EDI вимагає певних затрат. Для деяких фірм ці затрати завадили процесу входження в цю мережу. Інтернет має багато переваг порівняно з EDI, оскільки надає можливість обміну мультимедійною інформацією, включаючи технічне креслення, повноцінні фотографії, аудіо- та відеокліпи. До того ж саме Інтернет надав нових можливостей використання EDI. Виникли гібридні форми комунікації на основі використання Web-технологій.

Нова технологія сприяє формуванню нових взаємовідносин, а також раціоналізації та розширенню елементів мережі постачання. У реалізації цих можливостей все більшого значення набувають послуги логістичних та фінансових посередників (наприклад, FedEx, UPS, American Express). Електронна комерція між підприємствами – це явище глобального характеру з домінантою на північно-американському ринку. Річний оборот на американському ринку (700 млрд дол.) у два рази перевищує сукупний обсяг електронних угод між підприємствами всього іншого світу (330 млрд дол.). У цій діяльності велику роль відіграє брендинг.

Разом з тим Морін Блендфорд (Maureen Blandford), генеральний директор MindTime Group, стверджує, що бізнес у сфері **B-t-B** залежить від людей, їхньої діяльності, їх особистих якостей,

що мають найбільший вплив на сучасних та майбутніх клієнтів компанії. І брендинг тут ні до чого. З цією думкою звичайно є можливість посперечатися. Проте де в чому й згодитися. А саме, якщо ви перебуваєте у бізнесі, який продає певні товари чи послуги іншому бізнесові, ніякий брендинг не допоможе вам досягнути успіху. Ті, хто вважає, що концепції, які застосовуються у **B-t-C** компаніях, працюватимуть і у просторі **B-t-B** – сильно помиляються. У компаніях, клієнтами яких є інший бізнес, брендинг не спрацьовує. Наприклад, щороку MarCom groups витрачає мільйони доларів на неефективні інструменти продаж, у той час як ці гроші могли бути застосовані для найму, утримування та підтримки талановитого персоналу. Провівши інтерв'ю із сотнями менеджерів з продажу, Блендфорд прагне донести своє відкриття кожній людині, яка працює у **B-t-B**. А щоб не витратити намарне час своїх читачів, вона намагається зробити своє послання максимально коротким і зрозумілим.

Електронна комерція між підприємством та споживачем (B-t-C). Серед фірм, які скористалися перевагами електронної комерції в середині 1990-х років, були Amazon.com, e-Trade, Auto-by-tel. Вони були створені як інтернет-версії традиційних книжкових магазинів, брокерських фірм, автомобільних дилерів, змогли уникнути традиційних територіальних обмежень і поставити практично будь-який товар, а також реагували на запити й здійснювали необхідні зміни майже в режимі реального часу. У роздрібному бізнесі Web-магазин і фізичний магазин можуть підтримувати та вигідно доповнювати один одного різними способами. До них відносять: перехресне просування, сумісне надання послуг щодо послуг по збільшенню цінності продукту. Перехресне просування мабуть є найбільш типовим прикладом природної взаємодоповнюваності. Web-магазини можуть продавати товар за низькою ціною, на що й розраховують люди в Інтернеті, і одночасно пропонувати купони для покупок у фізичному магазині.

Електронна комерція між споживачем та підприємством (C-t-B). Цей тип електронної торгівлі є свого роду «оберненим аукціоном», коли покупець (споживач), а не продавець ініціює транзакцію. LetsBuyIt, MobShop (раніше відома як

Ascompany) є прямими конкурентами на ринку (C-t-B). Для обох компаній принцип ведення бізнесу полягає у тому, що споживачі об'єднуються й знижують ціну на продукти засобом масових закупок. Ці фірми відкрили свій перший сайт сумісних закупок у 1999 році та домовилися про географію своїх ринків: LetsBuyIt працює в Північній Америці, а MobShop – в Європі.

Електронна комерція між споживачами (C-t-C). Цей спосіб електронної торгівлі є новим шляхом організації аукціонів між споживачами. Це не стільки новий ринок, скільки нова форма розваги. Аукціони не проходять спонтанно: по багатьох (стандартизованих) продуктах вони влаштовуються відповідно до вимог як покупців, так і продавців. Процес торгу та тісна взаємодія між учасниками створює атмосферу єдності. Американська фірма e-Bay Inc. є найбільшою у світі й найпопулярнішою в Інтернеті серед компаній, побудованих на міжособистій взаємодії. E-Bay Inc. була одна з перших у справі організації онлайн-торгів між споживачами. Для цього було створено Web-товариство на основі поєднання елементів розваги з ефективною взаємодією покупців й продавців у ході торгів такими предметами особистої власності, як антикваріат, монети, колекційні речі. Система функціонування e-Bay дозволяє продавцям вносити у список предмети для продажу, покупцям призначати ціну на предмети, які їх зацікавили, а всім відвідувачам e-Bay проглядати тематичний організований список виставлених на продаж предметів у повністю автоматизованому онлайн-режимі протягом 24 годин у день, семи днів на тиждень. Користувач e-Bay працює на сайті 130 хвилин щомісяця – у 10 раз довше ніж користувач Amazon.com. Мережний аукціон «e-Bay» – найпопулярніша торговельна марка в Інтернеті. Такі дані наводить британська моніторингова компанія «Envisional», яка проаналізувала ставлення користувачів до 100 компаній, які котируються на Лондонській фондовій біржі. «e-Bay» набрала найбільше балів у так званому індексі DEX у 2005 році, який фіксує позитивну налаштованість користувачів всесвітньої павутини до того або іншого бренду. «Інтернет швидко наздоганяє телебачення в тому, наскільки потужно він впливає на поведінку споживачів, і великі фірми вже

не можуть собі дозволити дивитися крізь пальці на те, як сприймає публіка їхні торговельні марки, – вважає голова «Envisional» Бен Коппін, – водночас власникам брендів дуже нелегко одержати корисну інформацію про те, як сприймається компанія в Мережі – особливо порівняно з конкурентами». Індекс DEX засновано на кількох веб-сторінках, сайтах новин і мережних «дошках оголошень», на яких представлено той чи інший бренд. Крім того, експерти аналізують, наскільки усвідомлено торговельна марка пов'язується з ім'ям компанії, яка володіє нею. Потім вираховується популярність кожної компанії; для цього вимірюється «настрій». Тобто кожен бренд оцінюється відповідно до позитивних і негативних відгуків Інтернет-користувачів.

У 2003 році під час аналогічного дослідження, проведеного веб-журналом «Brandchannel.com», найпопулярнішою торговельною маркою було визнано «Google». У 2005 році в індексі популярності «Envisional» він став другим, проте за критерієм позитивного ставлення користувачів не ввійшов ані до першої, ані до останньої двадцятки.

22.5. Сучасні електронні біржові системи

Історія електронної біржової торгівлі нараховує понад 10 років. Це одне з новітніх явищ у розвитку техніки проведення операцій на міжнародних товарних біржах. Гарним прикладом служить всесвітньо відома система інформації агентства «Рейтер». Установивши у себе в офісі спеціальний термінал, підключений до інформаційного каналу агентства, ви одержуєте можливість «бути присутнім» на торгах найбільших світових бірж, знати поточні ціни найбільших фірм-дилерів на біржові товари, а також у числі перших дізнаватися політичні й економічні новини. Вчасно виявлена тенденція зміни ціни на будь-який товар може зіграти в діяльності підприємства величезну роль, але для виявлення такої тенденції фахівцю необхідне, насамперед, регулярне джерело свіжої інформації. Тому значення терміналу агентства «Рейтер», хоча його установка і функціонування вимагають визначених фінансових витрат, не можна недооцінювати.

Інформаційні системи типу «Рейтер» дають можливість спостерігати за ходом біржових торгів, але не брати участь у них. Традиційно сама біржова торгівля здійснювалася у визначеному біржею місці й у визначений час шляхом безпосереднього спілкування між собою брокерів. Проблема автоматизації безпосередньо самого процесу торгівлі в біржовому колі виникла відносно недавно і довгий час знаходилася у стані обговорення. Однак у 1985 році почала функціонувати перша електронна біржа, і сьогодні процес автоматизації йде дуже активно як на знову виникаючих біржах, так і на вже існуючих. І ті, і інші зацікавлені в тому, щоб залучити до себе клієнтів з усього світу, знизити операційні витрати і підвищити якість виконання замовлень. Останні досягнення в комп'ютерній технології змістили акценти в обговоренні даної проблеми з питань технічної можливості на питання принципів роботи і структури електронної біржі.

У світі нараховувалось близько 30 товарних бірж, що використовують системи електронної торгівлі. Нові електронні системи були введені на товарних біржах Австрії, Бельгії, Фінляндії, Італії, Японії, Сінгапуру, Іспанії, Швеції, США і Великобританії. Найперша система була встановлена на Новозеландській ф'ючерсній і опціонній біржі. Ця система почала функціонувати в січні 1985 року. З великих електронних систем, введених у дію в останні 2-3 роки, можна перелічити наступні: система «Глобекс» на Чиказькій комерційній біржі, система «Проект А» у Чиказькій торговельній палаті і система «ЕКСЕЗ» на біржі «НАЙМЕКС». З 27 товарних бірж, що використовують нині системи електронної торгівлі, 21 є цілком автоматизованими, тобто торгівля на цих біржах ведеться винятково електронним способом. Це наступні біржі: Бельгійська ф'ючерсна й опціонна біржа (Belgian Futures and Options Exchange), Датський Фонд гарантій ф'ючерсів і опціонів (Guarantee Fund for Danish Futures and Options), Опціонний ринок Фінляндії (Finnish Options Market), Німецька товарна біржа (Deutsche erminboerse), Ірландська ф'ючерсна й опціонна біржа (Irish Futures & Options Exchange), Новозеландська ф'ючерсна й опціонна біржа (New Zealand Futures & Options Exchange Ltd.), Опціонний ринок Швеції і Великобританії

(OM London and OM Sweden), Італійський ф'ючерсний ринок (Mercato Italiano Futures), два Іспанських ринки фінансових ф'ючерсів (Mercado Espanol de Futuros Financieros Renta Fija S.A. і Mercado Espanol de Futuros Financieros Renta Variable S.A.), Зернова біржа в Осаці (Osaka Grain Exchange), підрозділ біржі цінних паперів в Осаці (Osaka Securities Exchange), Біржа цукру в Осаці (Osaka Sugar Exchange), Австрійська ф'ючерсна й опціонна біржа (Osterreichische Termin und Optionenboerse), Асоціація каучуку Сінгапурської товарної біржі (Rubber Association of Singapore Commodity Exchange), Швейцарська біржа опціонів і фінансових ф'ючерсів (Swiss Options & Financial Futures Exchange), Токійська товарна біржа (Tokyo Commodity Exchange), Токійська зернова біржа (Tokyo Grain Exchange), Міжнародна токійська біржа фінансових ф'ючерсів (Tokyo International Financial Futures Exchange), Підрозділ Токійської фондової біржі (Tokyo Stock Exchange), Токійська біржа цукру (Tokyo Sugar Exchange).

Інші шість бірж використовують електронні системи у сполученні з традиційною торгівлею в біржовому «кільці»: або під час звичайних торгових сесій (тобто паралельно зі звичайними торгами) – так роблять Чиказька торговельна палата в системі «Проект А», лондонська біржа ФОКС і лондонська біржа ЛІФФЕ тільки по ф'ючерсних контрактах на довгострокові казначейські облигації Японії; або після закриття звичайних торгових сесій (тобто на додаток до звичайних торгів) – так роблять Чиказька торговельна палата і Чиказька комерційна біржа в системі «Глобекс», лондонська біржа ЛІФФЕ, американська біржа НАЙ-МЕКС і Сіднейська ф'ючерсна біржа. Із шести бірж, що використовують електронну систему у сполученні зі звичайним біржовим торгом, жодна біржа (з одним єдиним виключенням) не веде торгівлю жодним контрактом одночасно й у біржовому «кільці», і електронним способом. Єдине виключення – це Чиказька торговельна палата, на якій торгівля ф'ючерсними контрактами на казначейські облигації йде паралельно в біржовому «кільці» (з термінами виконання в найближчі місяці) і в електронній системі «Проект А» (з термінами виконання в більш віддалені місяці).

Предметами електронної біржової торгівлі є, в основному, фінансові контракти, тобто ф'ючерси й опціони на валюти, фондові індекси, процентні ставки і т.п. За межами Японії електронні біржові системи майже не використовуються в торгівлі сировинними товарами, зважаючи на те, що нині торгівля традиційними біржовими товарами (сільськогосподарськими продуктами, металами, нафтою і нафтопродуктами) йде дуже активно на американських і європейських біржах. Однак на електронних біржах Європи і США торгують різного роду індексами, державними облігаціями, казначейськими зобов'язаннями, банківськими векселями, процентними ставками по депозитах, валютами і т.д. Виключеннями в даному ряді є: ф'ючерс і опціон на білий цукор (на Лондонській біржі ФОКС), ф'ючерсні контракти на вовну і живу худобу (на ф'ючерсній біржі в Сідней (Австралія), ф'ючерс на вовну (на Новозеландській ф'ючерсній і опціонній біржі), ф'ючерсні контракти на різні сорти каучуку (на Сінгапурській товарній біржі), ф'ючерси на нафту і нафтопродукти, а також ф'ючерси й опціони на платину (на американській біржі «НАЙ-МЕКС»).

Більшість систем електронної торгівлі нині застосовують для підбора покупців і продавців за алгоритмом «ціна/час», тобто пріоритет при висновку угод одержують ті команди, що містять найкращу ціну (найвищу ціну покупця і найнижчу ціну продавця), а серед команд з однаковою ціною пріоритет віддається тій команді, що була введена в систему раніш усіх за часом. Цей алгоритм використовується на 21 з 27 бірж, на яких ведеться електронна торгівля.

Електронна система на Лондонській біржі «ЛІФФЕ» застосовує алгоритм, що імітує звичайний торг у біржовому «кільці». Інакше кажучи, використовується метод «найкращої ціни» у сполученні з методом розподілу обсягу (кількості) товару нарівно між декількома покупцями/продавцями. На деяких японських біржах (Токійській зерновій, Токійській біржі цукру, зерновій біржі в Осаці і біржі цукру в Осаці) встановлена електронна система «CTS», у якій для ф'ючерсів («CTS-1») використовується метод

електронного аукціону (тобто всі угоди за день проходять по одній й тій ж «ціні дня» – ціні, що склалася в результаті проведеного електронною системою аукціону), а для опціонів («CTS-2») використовується алгоритм «ціна/час». Сьогодні у світі діють найрізноманітніші системи електронної біржової торгівлі, однак усі ці системи будуються, по суті, за однією й тією ж схемою: роботу визначеної кількості терміналів забезпечує центральний комп'ютер з розгалуженою мережею. Будь-яка електронна біржова система містить у собі три головних компоненти: робоча станція члена біржі – учасника торгівлі (трейдера) (Trader Station) – за її допомогою брокери беруть участь у торгівлі, одержуючи ринкову інформацію і вводячи в систему свої накази на продаж чи покупку; лінія зв'язку (Communications Link) – засіб для здійснення діалогу між брокером і центральною біржею; центральна біржова система (Central Exchange System) забезпечує зведення всієї ринкової інформації і виконання наказів брокерів. Основними технічними вимогами до електронної системи є надійність і ефективність. При розробці такої системи ставиться мета – забезпечити гарантований доступ і швидкість передачі інформації, які б фактично не уступали за своєю ефективністю людському спілкуванню. Проте рішення цих двох завдань не так просто в технічному плані.

Інформація, що збирається центральною системою, являє собою корисну базу даних (у динаміці), що містить зведення про ринкову активність і тенденції ринку. Це створює набагато кращу основу для економічного аналізу, яка приносить користь як брокерам, так і самій біржі. Цілісність і свого роду «чесність» електронної біржі усуває зростаючі побоювання державних служб, самих бірж і громадськості з приводу несумлінної торгової практики. Електронна центральна біржова система забезпечує розрахунковим палатам і їхнім членам засоби для більш ретельного нагляду і своєчасного одержання даних для контролю за ризиком.

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Які ви розумієте терміни «електронна торгівля» та «електронна комерція»?
2. Які механізми забезпечують переваги електронної торгівлі?
3. Які засоби правового регулювання електронної торгівлі вам відомі?
4. Визначте інфраструктуру електронного бізнесу.
5. Назвіть можливі маркетингові стратегії та типи електронного бізнесу.
6. Окреслити сучасні електронні біржові системи, їх призначення і переваги.

ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДІЛУ 4

1. Андреева А. Н. Дизайнерские бренды в фэшн-бизнесе / Андреева А. Н. – СПб.: Высшая школа менеджмента; Изд.дом С.-Петербург. гос. университета, 2008.
2. Андреева А. Н. Маркетинг роскоши. Современные стратегии (2-ое издание) / А. Н. Андреева, Л. Н. Богомолова. – С.-Петербург.: Высшая школа менеджмента Изд.дом С.-Петербург. гос. университета, 2008.
3. Багиев Г. Л. Международный маркетинг / Багиев Г. Л., Моисеева Н. К. Никифорова С. В. – СПб: Питер, 2001.
4. Балабанов И. Т. Интерактивный бизнес / Балабанов И. Т. – СПб: Питер, 2001.
5. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR: учеб. Пособие / Борисов Б. Л. – М.: ФаиР-Пресс, 2001.
6. М. Васильева Бренд: сила личности / М. Васильева, А. Надин. – СПб.: Питер, 2003.
7. Есипов В. Цены и ценообразование / В. Есипов. – СПб: Питер, 2004.
8. Календжян С. О. Корпоративное обучение как фактор роста конкурентоспособности / С. О. Календжян // Сборник докладов первой Всероссийской научно-практической конференции «Информационные технологии в России XXI века». — М., 2000.
9. Клеева Л. П. Необходимое и достаточное условия функционирования организаций сферы науки и научного обслуживания / Л. П. Клеева. – М.: Вердана, 2001.
10. Козье Д. Электронная коммерция / Л. Козье; пер. с англ. – М.: Издательско-торговый дом «Русская редакция», 1999.
11. Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент / Ф. Котлер; пер. с англ. – СПб.: Питер, 1999.
12. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг: европейская перспектива / Ламбен Ж. Ж. –М.: Наука, 1996.
13. Левшин Ф. М. Мировой рынок: Конъюнктура, цены и маркетинг / Левшин Ф. М. – М.: Международные отношения, 1993.

14. Маркетинг и управление брендом: пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
15. Мильнер Б. З. Управление знаниями / Мильнер Б. З. – М.: ИНФРА-М, 2003.
16. Прокушев Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность: Учеб.-практ. пособие / Прокушев Е. Ф. – М., 1998.
17. Рапай К. Культурный код: Как мы живем, что покупаем и почему: пер. с англ. / К. Рапай. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.
18. Симонович С. В. Информатика для юристів та економістів / Симонович С. В. – СПб.: Питер, 2001.
19. Соколова А. Н. Электронная коммерция: мировой и российский опыт / А. Н. Соколова, Н. И. Геращенко. – М.: Открытые системы, 2000.
20. Тесакова Н. Бренд и торговая марка: развод по-русски / Н. Тесакова, В. Тесаков. – СПб.: Питер, 2003.
21. Управление современной экономикой: учебник / под ред. Б. Мильнера, Ф. Ли-са. — М.: ИНФРА-М, 2001.
22. Успенский И. В. Интернет-маркетинг / Успенский И. В. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2003.
23. Холлесен С. Глобальный маркетинг / С. Холлесен. – М.: Новое знание, 2004.
24. Чернатони Л. Как создать нужный бренд / Л. Чернатони, М. МакДональд Бренддинг. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2006.
25. Черчилль Г. А. Маркетинговые исследования / Черчилль Г. А. – СПб.: Питер, 2000.

РОЗДІЛ 5

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ

Глава 22

МІЖНАРОДНІ ІНТЕГРАЦІЙНІ ТА ДЕЗІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

Ключовою тенденцією світогосподарського розвитку протягом останніх десятиліть стали системні трансформації, що виражалися у зростанні взаємопов'язаності та взаємообумовленості міжнародних господарських взаємодій і взаємозв'язків. Одночасно з цим росла масштабність цих зв'язків, реалізована системою міжнародних економічних відносин спочатку на регіональному (у масштабах кількох країн), а потім загальносвітовому рівнях. На початку III тисячоліття межа між внутрішньонаціональними і міжнародними економічними відносинами стає все більше умовною і рухомою. Усе менше країн залишають поза рамками цієї цілісної і органічної системи відносин, що формує якісно нові процеси розвитку світового господарства, яке визначається як глобалізація економіки. У процесі глобалізації створюється усе більш ускладнений комплекс трансграничних взаємодій (транзакцій) між фізичними особами, підприємствами, інститутами і ринками, зростає економічна взаємозалежність країн усього світу внаслідок зростаючого обсягу і різноманіття міжнародних угод з торгівлі товарами, послугами, ресурсами і капіталами, а також широкомасштабного розповсюдження новітніх технологій.

Міжнародна інтеграція – це об'єктивний процес зближення країн світу та їхніх суб'єктів у всіх сферах людського життя на основі спільності загальнолюдських інтересів. Вона включає міжнародну економічну, політичну та культурну інтеграцію. Міжнародна економічна інтеграція – характеризується взаємним сплетінням економік різних країн, проведенням узгодженої державної політики як у взаємних економічних відносинах, так і у відносинах з третіми країнами. Вона означає співробітництво між

національними господарствами різних країн, ліквідацією бар'єрів у торгівлі між країнами, зближення ринків кожної з країн з метою створення єдиного спільного ринку. Сучасний світовий економічний розвиток характеризується двома головними тенденціями: з одного боку, посилюються процеси міжнародної економічної інтеграції, що призводить до нівелювання відмінностей між економічними суб'єктами та господарськими механізмами різних країн. А з іншого – дані процеси несуть певні негативні виклики, оскільки поряд з інтеграційними процесами в певних регіонах мають місце й дезінтеграційні процеси, що викликані протиріччями політичних і національних інтересів та релігійними причинами (наприклад, на євразійському просторі колишнього СРСР, у Центральній і Південно-Східній Європі, на Балканах та ін.).

23.1. Глобалізація економіки: сутність і основні риси міжнародної економічної інтеграції

Глобалізація економіки тісно пов'язана з лібералізацією зовнішньоекономічних зв'язків, коли все більш вільними стають міжнародна міграція із країни в країну робочої сили, товарів і капіталів, усе тісніше відбувається науково-технічне співробітництво, поглиблюється міжнародний поділ праці і поєднується інформаційний простір. Вважається, що глобалізація економіки пов'язана з необхідністю вирішення ряду проблем, що виникли наприкінці ХХ ст., у загальнополітичних, соціально-економічних, природно-ресурсних, науково-технічних сферах людського буття, у тому числі проблем війни і миру, міжнародного тероризму, забезпечення енергоресурсами, продовольством, боротьба з хворобами, голодом і антисанітарією у країнах, що розвиваються.

На початок ХХІ ст. певні елементи глобальної економіки були сформовані, проте різні регіони, країни і різні сектори світової економіки залучені до цієї системи по-різному. Зачіпаючи майже всі сфери суспільного буття, процес глобалізації найбільш динамічно відбувається в економічній сфері. При цьому виділяють об'єктивний і суб'єктивний аспекти цього процесу. Дійсно, з одного боку, глобалізація виявляє собою об'єктивно обумовлений процес руху до єдиної світової господарської цілісності,

якісно нову найбільш високу стадію інтернаціоналізації господарського буття. З іншого – глобалізація світової економіки виступає як форма певної економічної політики провідних країн світу (насамперед США), їхніх ТНК, транснаціональних банків, світових фінансових центрів у власних інтересах (суб'єктивний аспект).

Мікрорівень глобалізації характеризується домінуванням у світовій економіці транснаціональних корпорацій (ТНК), які за масштабами діяльності переростають у глобальні структури світового господарства. ТНК контролюють 80–90 % обсягу світових ринків товарів, послуг, капіталів і технологій, а їх сукупний обсяг випуску перевищує 30 % світового валового продукту. Проте головним є той факт, що економіки провідних країн є глибоко інтернаціоналізованими – це, насамперед, економіка США, Японії і західноєвропейських країн з могутніми та чисельними ТНК, а також економіка нових індустріальних країн, наприклад, Південної Кореї з кількома ТНК, на яких тримається її внутрішнє господарство і конкурентоспроможність на світових ринках.

На макрорівні глобалізації протистоїть процес розширення і поглиблення економічного регіоналізму через утворення певних форм інтеграції країн на підставі узгодження власних національних політик (зони вільної торгівлі, митні союзи, спільні ринки, економічні та політичні союзи). Зараз існує понад сотні різних типів регіональних угруповань, процес утворення яких значно прискорився за рахунок регіональної інтеграції країн постсоціалістичної Європи (ЦЄФТА, Балтійський ринок, СНД, ОЧЕС, ГУ-АМ). Інтереси таких регіональних об'єднань можуть певною мірою суперечити інтересам транснаціональної корпоратизації (ТНК), породжувати протекціонізм щодо господарських суб'єктів третіх країн (чи груп країн), відволікати блокові країни від виконання багатосторонніх зобов'язань глобального характеру. Проте економічний регіоналізм, зокрема в його сучасних субконтинентальних проявах (ЄС, НАФТА, АТЕС), сприяє розвитку національних економік і забезпечує їм певну позицію на світовому ринку.

Можна стверджувати, що на рівноправні й навіть суттєвіші ролі, ніж традиційні суб'єкти МЄВ (країни), зараз претендують

не лише ТНК, регіональні міждержавні інтеграційні угруповання, міжнародні організації (МВФ, Світовий банк, СОТ, МОП), а й такі практично екстериторіальні та функціонально автономні міста, як Нью-Йорк, Лондон, Париж, Франкфурт-на-Майні, Токіо (тобто світові фінансово-інформаційні центри) та окремі індивіди – політологи, бізнесмени, науковці, експерти й оглядачі мас-медіа. В Інтернет-просторі зародилася не тільки «віртуальна економіка», але й «віртуальна політика» і «віртуальна дипломатія», що безпосередньо впливають на сумлінність людей і навіть цілих соціумів маніпулятивними засобами.

Вплив глобалізації такого роду розширює традиційні рамки економічної науки, стимулюючи до нетривіальних узагальнень і висновків. При цьому не слід впадати в ейфорію відносно перспектив і архітектоніки спільного майбутнього, щодо можливості вирішення глобальних проблем розвитку людської цивілізації (забруднення довкілля, вичерпання природно-сировинних ресурсів, погіршення якості життя, бідність і зростаючий розрив у розвитку між країнами).

Остання фінансово-економічна криза (2007–2010 рр.) повною мірою висвітлила руйнівний потенціал і механізми перерозподілу негативних впливів глобального характеру від групи провідних постіндустріальних країн (зокрема США) до азійсько-тихоокеанських і східноєвропейських країн, зокрема України та Росії. У новому світлі виглядають і можливості вирішення поточних проблем за допомогою міжнародних фінансових організацій. Справа навіть не в тому, що країни, дотримуючись програм реформування за «універсальними» рецептами МВФ, не досягають відчутних успіхів, а країни, що слідують власній промисловій і науково-технічній політиці, як правило, отримують певний позитивний результат. Важливе те, що світова спільнота поступово приходить до розуміння безпрецедентно неефективного і навіть шкідливого для національних економік перерозподілу за певними рецептами величезних фінансових ресурсів, котрі акумулюються у міжнародних фінансових організаціях. Принципового значення набувають три ключові проблеми сучасного розвитку світової економіки: перехід країн-лідерів від товарної до фінансової експансії; на-

слідки передачі важелів впливу міжнародним фінансовим організаціям на світовий ринок і окремі країни; захист національних стратегій розвитку з урахуванням новітніх глобалізаційних тенденцій без втрати міжнародного іміджу.

Неоднозначність і суперечність процесів глобалізації відображено у поглядах науковців, політиків, представників громадських організацій різних країн. Так, у рамках певних сучасних концепцій глобалізації економіки, що побудовані на ідеях економічного неолібералізму, достатньо явно висвітлюється пониження ролі держави і відповідно національно-державних інтересів у зв'язку з тим, що світове суспільство шляхом лібералізації зовнішньоекономічних зв'язків і усунення адміністративних, економічних, правових і інших бар'єрів для трансграничного переміщення товарів, послуг, капіталів і робочої сили розвивається у напрямі формування єдиної цілісної економічної системи. Зокрема теоретичним підґрунтям відповідних напрямів глобалізації, орієнтованої на зростаючу відкритість національних економік, є так званий гіперглобалістський напрям сучасної економічної думки, що розглядає політичну карту сучасного світу як «карту ТНК», а світову економіку – як «світову економіку ТНК». Проте цьому напрямку протистоять інші економічні школи, які, на наш погляд, надають більш адекватну оцінку процесів, що відбуваються на тлі глобалізаційних процесів (їх представників нерідко поєднують у так звані песимістичні чи трансформаційні напрями теорії глобалізації). Вони відстоюють не тільки збереження, але й за певними питаннями посилення ролі держави у сучасному світі. Достатньо визначено з цього приводу висловився президент Світового банку Джеймс Вулфенсон, який у доповіді «Держава у світі, що змінюється» відмітив: «Історія настирливо підтверджує, що добрий уряд – це не розкіш, а життєва необхідність. Без ефективної держави сталий розвиток, і економічний, і соціальний, не можливий»¹. Проте при цьому він підкреслював, що головною проблемою у сучасних умовах стає не розмір державного сектору, а його якість та ефективність державного управління економі-

¹ The State in Chainging World. – Washington, 1997. – P. 1.

чним розвитком. Дійсно, навіть у таких міцних угрупованнях, як ЄС, де процес міжнародної економічної інтеграції зайшов так далеко, що країни-члени фактично передали значну частину свого суверенітету в економічній сфері наднаціональним органам, роль держави залишається вельми ваговою.

Реакцією на впроваджувану провідними країнами (зокрема США) неоліберальну модель глобалізації економіки є як політика певних країн, що витісняються на «периферію» світового господарства, так і більш масовий рух антиглобалізму, який нерідко розглядається як чисто маргінальний напрям (рух лівих партій, акції «зелених» організацій та інших партій екологічної спрямованості). Проте практика показує, що це спрощений підхід до суті антиглобалізму, оскільки сам процес глобалізації економіки супроводжується об'єктивними суперечностями. Не випадково провали «нового світового порядку» піддаються критиці таких авторитетних фігур, як Папа Римський Іоанн Павло II, Генеральний секретар ООН Кафі Аннан, президент Світового банку Дж. Вулфенсон, віце-президент Світового банку, Нобелівський лауреат з економіки Дж. Стігліц, відомий гарвардський економіст Дж. Сакс, Президент США Б. Клінтон. Аналогічні заяви робились Всесвітньою Радою Церков, Російською та Українською православними церквами, Соціалістичним інтернаціоналом та іншими лідерами і суспільними організаціями.

На противагу Давоським світовим економічним форумам 2000-х рр. щорічно проходили всесвітні соціальні форуми антиглобалістського характеру, в яких брали участь десятки тисяч делегатів, під девізом «Інший світ можливий». Суть цього девізу полягає у можливості створення альтернативної (неоліберальної) моделі глобалізації – соціально-орієнтованої і контрольованої («з людським обличчям»), що теж є певним міфом сучасності, бо потребує кардинального реформування діяльності провідних міжнародних економічних і фінансових організацій, міжнародного контролю діяльності ТНК і транснаціональних банків, підвищення ролі ООН як керманіча світового порядку, що найближчим часом цілком нереально.

22.2. Форми та етапи міжнародної економічної інтеграції

З прагматичної точки зору ступінь включення національного господарства до глобальної економіки (світової економічної павутини) насамперед залежить від рівня економічного розвитку, техніко-інтелектуального потенціалу, розвиненості транспортної та комунікаційної інфраструктури господарства та соціально-політичної стабільності в країні. Основні етапи залучення національних господарських структур *розвинених країн* до світової мережі включають наступне: двосторонні економічні зв'язки поступово замінюються на багатосторонні різновекторні взаємодії, які трансформуються у регіональні міжнародні утворення (союзи, блоки, багатосторонні угоди) чи супроводжуються вступом до цільових міжнародних організацій. Зазвичай економічні та геополітичні блоки формуються за територіальними ознаками і взаємовигідними у господарській, військовій і політичній сферах умовами кооперації.

Декілька інший шлях залучення до світової мережі *країн, що розвиваються, бувших колоній та соціалістичних країн*, що лібералізують господарський механізм і відкривають економічний простір для іноземного капіталу. Загальним інструментом інкорпорації національних господарських ресурсів цих країн виявляється створення сумісних підприємств, приватизація державної власності за участі іноземних інвесторів, лібералізація торгівлі, реформування податкової системи, створення сприятливих умов для розміщення філій ТНК, міжнародних банків та бізнес-структур, тобто ключовим інструментом є залучення іноземного інвестиційного капіталу.

Країни укладають інтеграційні угоди, сподіваючись на економічний вигреш, хоча можуть також переслідувати політичні та інші цілі. На макрорівні розглядають такі основні форми міжнародної регіональної економічної інтеграції: зона преференційної торгівлі; зона (асоціація) вільної торгівлі; митний союз, спільний ринок, економічний та політичний союзи. У своєму розвитку міжнародна інтеграція проходить ряд етапів, кожен з яких передбачає більш широку інтеграцію і має свої особливості.

Зона преференційної торгівлі – зона з пільговим торговельним режимом, коли дві або декілька країн *зменшують взаємні тарифи з імпорту товарів*, зберігаючи рівень тарифів у торгівлі з іншими країнами. Найбільш показовим історичним прикладом такої форми інтеграції є преференційна система Британського співтовариства (з 1932 р.), що об'єднувала 48 держав.

Зона вільної торгівлі – це пільгова зона *регіонального* типу, у межах якої підтримується *вільна від митних і кількісних обмежень* міжнародна торгівля країн-учасниць. Типовими прикладами є Європейська асоціація вільної торгівлі (1960 р.), зона вільної торгівлі «США–Канада» (1988 р.), Північноамериканська угода про вільну торгівлю (НАФТА).

Митний союз – це *спільна митна територія* країн з повною *ліквідацією* мит у взаємних відносинах і з *єдиним митним тарифом* відносно *інших країн*. Метою митного союзу є: полегшити взаємну торгівлю країн-учасниць, і в той же час не створювати додаткових перешкод у торгівлі з третіми країнами. Угоди про створення митного союзу діяли у Бенілюксі (з 1948 р.), в Європейському союзі (з 1968 р.). Митний союз легко перетворюється у спільний ринок з усуненням будь-яких обмежень на переміщення товарів, послуг, а також виробничих факторів – капіталу і робочої сили.

Спільний ринок – це об'єднання національних ринків декількох країн в єдиний великий ринок з *вільним переміщенням в його межах капіталів, товарів, послуг і робочої сили*. Такі умови економічних взаємовідносин у цілому характерні для Європейського союзу. Для створення спільного ринку потрібно вирішити декілька надзвичайно важливих завдань, а саме:

– розробити спільну політику розвитку окремих галузей і секторів економіки (вибір конкретної галузі чи сектору залежить від того, наскільки це важливо для майбутнього закріплення інтеграції). В Європейському Союзі при переході до спільного ринку пріоритетними сферами було визнано сільське господарство та транспорт;

– створити умови для вільного переміщення капіталу, робочої сили, послуг та інформації (що доповнить вільне переміщення товарів);

– сформувати спільні фонди сприяння соціальному та регіональному розвитку.

Ці кроки обумовлюють необхідність гармонізації та уніфікації національних законів, і потребують формування наднаціональних органів управління і контролю. Побудова спільного ринку логічно призводить до створення єдиного економічного, правового та інформаційного простору, і надає імпульс для переходу до якісно нової сходинки економічної інтеграції – економічного союзу.

Економічний союз – це об'єднання національних економік декількох країн на основі Митного союзу, спільного ринку, уніфікації фінансових систем і проведення спільної валютної політики. В економічному союзі вільний рух факторів і продуктів виробництва доповнюється гармонізацією внутрішньої та зовнішньої економічної політики. У країнах-учасницях функціонує, як правило, єдина грошова одиниця. Ознаками економічного союзу є:

1) ліквідація будь-яких торговельних обмежень і проведення єдиної зовнішньоторговельної політики;

2) вільне переміщення товарів, послуг, капіталу та громадян;

3) жорстка координація (по суті – єдність) економічної, фінансово-кредитної та соціальної політики.

Прикладом таких союзів є Бенілюкс (з 1960 р.), Сполучені Штати Америки, Радянський Союз (до 1991 р.), певні стадії практичної реалізації створення економічного і валютного союзу ЄС.

Валютний союз – це форма й одночасно велика складова економічного союзу. Характерними рисами валютного союзу є наступні:

– погоджене (спільне) коливання курсів національних валют;

– установлення за згодою фіксованих валютних курсів, що цілеспрямовано підтримуються Центробанками країн-учасниць;

– створення єдиної регіональної валюти;

– формування єдиного регіонального банку, що є емісійним центром цієї міжнародної валютної одиниці.

Повна економічна інтеграція передбачає єдину економічну політику і, як наслідок, уніфікацію законодавчої бази. Умови її виникнення:

- загальна податкова система;
- наявність єдиних стандартів;
- єдине трудове законодавство.

На основі економічних створюються і політичні союзи, в яких поряд з економічною забезпечується й політична інтеграція.

Політичний союз – це об'єднання країн на основі укладання спільного договору з метою проведення спільної політики у всіх сферах суспільного життя.

На рівні мікроекономіки (економіки підприємств) вирізняють горизонтальну і вертикальну інтеграцію.

Горизонтальна інтеграція виникає при злитті фірм, які виробляють подібні або однорідні товари з метою їх подальшої реалізації через спільну систему розподілу й отримання додаткового прибутку, і супроводжується виробництвом за кордоном товарів, аналогічних тим, що виробляються в країні базування.

Вертикальна інтеграція передбачає об'єднання фірм, які функціонують у різних виробничих циклах. Розрізняють три форми вертикальної інтеграції:

1) інтеграція «вниз» (наприклад, приєднання заводу-виробника сировини чи напівфабрикатів до компанії, яка веде головне виробництво);

2) виробнича інтеграція «вгору» (наприклад, придбання сталеплавильною компанією заводу, що виробляє металокопиркції);

3) невиробнича інтеграція «вгору», що включає сферу розподілу.

На певному рівні розвитку мікроінтеграції виникають транснаціональні корпорації. Вони є найбільш інтегрованими мікросруктурами (зокрема, Chrysler, General Motors, Volkswagen, Toyota, Honda – вертикальна, а Exxon, Mobil, Texaco – горизонтальна інтеграція).

Економічна природа інтеграційних угруповань та взаємовідносин між країнами, що їх утворюють, зумовлюють логіку і послідовність у становленні та розвитку форм міжнародної регіональної економічної інтеграції. При утворенні зон преференційної та вільної торгівлі, митних союзів міждержавні відносини стосуються *лише сфери обміну*, тобто розвивається *торговельна інтеграція*. Глибші форми міждержавної координації створюють умови для інтеграції й у сфері виробництва. Рівні, форми та типи міжнародної економічної інтеграції тісно взаємопов'язані (рис. 22.1).

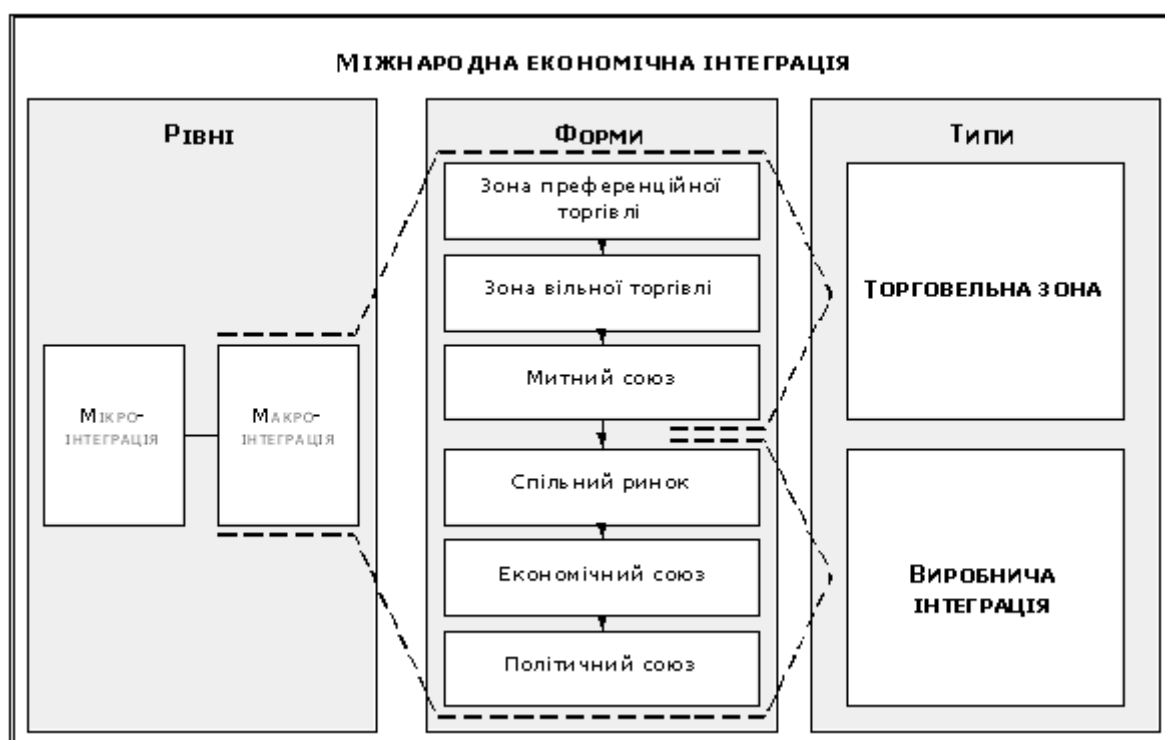


Рис. 22.1. Рівні, форми і типи міжнародної економічної інтеграції

Для створення економічного інтеграційного угруповання двох чи кількох країн необхідні певні політико-правові, економічні, соціально-культурні та інфраструктурні умови. З політико-правової точки зору принципового значення набувають сумісність політичних устроїв та основного законодавства країн, що інтегруються. Ключовими щодо економічних умов інтеграції є такі критерії: рівень розвитку країн, їх ресурсні та технологічні потенціали; ступінь зрілості ринкових відносин, зокрема національних ринків товарів, послуг, капіталу та праці; масштаби та

перспективи розвитку економічних взаємозв'язків країн та ін.; важлива також інфраструктурна та соціально-культурна сумісність.

При цьому процеси формування економічних інтеграційних угруповань країн мають яскраво виражену регіональну специфіку. Слід зазначити, що економічні інтеграційні угруповання країн можуть формуватися різними шляхами:

– «знизу-догори», у процесі поглиблення інтернаціоналізації та транснаціоналізації господарського життя, коли домовленостям між країнами про створення зони вільної торгівлі, митного союзу чи спільного ринку передують досить тривалий період розвитку міжнародних економічних зв'язків на рівні підприємств, фірм та корпорацій. Ці зв'язки активно підтримуються на державному рівні, водночас розробляються й реалізуються широкомасштабні двосторонні проекти поглиблення міжнародного економічного співробітництва. Саме таким шляхом розвивались інтеграційні процеси у Північній Америці, насамперед, між США та Канадою й Мексикою у рамках Північноамериканської угоди про вільну торгівлю;

– «згори-донизу», коли з різних політичних та соціально-економічних причин створюється інтеграційне угруповання країн, які ще не повністю відповідають критеріям інтеграційної сумісності, але в процесі подальшого регульованого і скоординованого на наднаціональному рівні співробітництва досягають тієї чи іншої форми міжнародної економічної інтеграції. Переважно таким шляхом розвивалась економічна інтеграція в Європі через дво- і багатосторонні переговори та асоційовану участь окремих країн у діяльності інтеграційних угруповань, які вже функціонують. Зокрема, таким шляхом сьогодні мають йти країни, які мають на меті інтеграцію до Європейського Союзу (Україна, Туреччина).

У цілому послідовний розвиток форм міжнародної регіональної економічної інтеграції забезпечує найбільш повне і раціональне використання економічного потенціалу країн та прискорення темпів їх розвитку. Водночас вирішуються важливі питання соціальної політики за рахунок об'єктивно зумовленого

зниження цін на основні товари та послуги та створення нових робочих місць і завдяки концентрації зусиль країн-учасниць на пріоритетних програмах соціально-економічного розвитку. Зауважимо також, що в зрілих інтеграційних угрупованнях виробляються й реалізуються потужні та дійові механізми, інструменти забезпечення колективної економічної безпеки.

Проте, незважаючи на очевидні економічні переваги, процеси міжнародної регіональної економічної інтеграції відбуваються на тлі складного переплетіння політичних і соціально-економічних проблем. Основні чинники, що зумовлюють виникнення й існування згаданих проблем, наступні:

- націоналізм; традиційні конфлікти між окремими країнами та групами країн;
- ідеологічні розходження;
- політико-правові, економічні та соціально-культурні відмінності країн-учасниць;
- зростання затрат при реалізації регулятивних функцій на наднаціональному рівні;
- суперечності, пов'язані із розширенням інтеграційних угруповань тощо.

22.3. Сучасні особливості процесів міжнародної економічної інтеграції та дезінтеграції

Сучасним процесам міжнародної економічної інтеграції притаманні певні особливості: динамізм процесів міжнародної економічної інтеграції в цілому, зумовлений як дією об'єктивних факторів, так і «ланцюговою» реакцією країн світу на розвиток окремих інтеграційних угруповань; нерівномірність розвитку й реалізації форм міжнародної економічної інтеграції, спричинена проявами очевидних відмінностей економічного розвитку країн і регіонів світу; розвиток поряд з інтеграційними дезінтеграційних процесів, які мають глибокі корені в історичних, політичних, економічних і соціальних закономірностях світового розвитку.

Науковці відзначають, що у сучасному світі інтеграція та дезінтеграція розвиваються синхронно як два різноспрямовані процеси. При цьому дезінтеграційні явища і процеси можуть

мати не тільки локальний характер (провінція Квебек у Канаді, Шотландія та Уельс у Великобританії, Корсика у Франції, Каталонія та Країна Басків в Іспанії, фламандці-валони у Бельгії, північ–південь в Італії тощо), але і глобальний характер (роз'єднання Чехословаччини на дві держави, розпад Югославії на декілька держав, розпад Радянського Союзу і Ради економічної взаємодопомоги).

Інтеграція та дезінтеграція являють собою об'єктивно взаємопов'язані процеси. Більше того, дезінтеграція формує передумови інтеграції на нових кількісних та якісних засадах. В окремих випадках можуть скластися умови для реінтеграції. Доцільно розрізняти: повну, часткову, розширену реінтеграції. У першому випадку йдеться про відновлення того чи іншого інтеграційного угруповання у попередньому складі на тих же політико-економічних засадах. Часткова реінтеграція має місце, коли об'єднуються окремі члени (учасники) інтеграційних угруповань на попередніх принципах або всі учасники, але на якісно нових засадах. Розширена реінтеграція характеризується включенням в інтеграційні об'єднання, що відновлюються, нових учасників на тих чи інших засадах.

Для розвитку міжнародних інтеграційних процесів необхідна наявність ряду об'єктивних і суб'єктивних передумов, ступінь розвитку яких суттєво відрізняється в окремих регіонах світового господарства. Це впливає на характер і рівень регіональної економічної інтеграції. Найважливішими об'єктивними передумовами є наступні:

– сучасна науково-технічна революція, що є водночас і матеріальною основою для розвитку міжнародної економічної інтеграції. Якісні зміни в продуктивних силах, поява принципово нових засобів виробництва, технологій і зміни в цьому зв'язку самого характеру і структури виробництва входять у суперечність з обмеженістю національних ринків, наявністю різних міждержавних бар'єрів на шляху руху капіталів, товарів та послуг, робочої сили. Масштабність і принципово новий характер проблем сучасного всесвітнього соціально-економічного розвитку роблять неможливим чи неефективним їхнє вирішення окремими

країнами, стає очевидною необхідність об'єднання різноманітних видів ресурсів. Сучасна науково-технічна революція об'єктивно зумовлює формування оптимального господарського простору, в межах якого забезпечується поява і постійне оновлення широкого асортименту товарів та послуг, прибуткове функціонування виробництва, максимальне задоволення зростаючих потреб суспільства в межах однієї чи кількох країн;

– соціально-економічна однорідність національних господарств, що зближуються. На сучасному етапі всесвітнього економічного розвитку існують дві основні моделі національної організації виробництва і зовнішньоекономічних стосунків: ринкова, перехідна (країни постпланової економіки) і планова (Китай, Куба, КНДР). Очевидно, що формування спільного господарського простору передбачає принципову подібність основ організації національного виробництва в окремих країнах, спільність умов господарювання виробників;

– наявність достатньо високих і близьких рівнів економічного розвитку країн, груп країн та регіонів. Суттєві розбіжності в національних рівнях продуктивності праці, кваліфікації робочої сили, конкурентоспроможності продукції та послуг країн, що інтегруються, можуть стати основою одержання односторонніх переваг, односторонньої спеціалізації окремих національних економік, призвести до виникнення економічних та адміністративних бар'єрів на шляху формування спільного господарського простору і, як наслідок, спровокувати дезінтеграційні процеси;

– наявність досить тривалого періоду й досвіду взаємного економічного співробітництва групи країн. Інтеграція являє собою продовження господарської взаємодії країн, її новий стан, вищий рівень економічного співробітництва. Інтеграція виникає на основі й в результаті поглиблення та розширення економічної взаємодії різних країн;

– для розвитку міжнародної економічної інтеграції важливе значення мають також економіко-географічна близькість країн, наявність спільних кордонів. Це суттєво інтенсифікує взаємні економічні зв'язки, знижує транспортні витрати, створює умови для реалізації великих спільних проектів співробітництва. Як

правило, країни зі спільними історичними, культурними та іншими умовами розвитку більше тяжіють до економічної інтеграції;

- цілеспрямована діяльність соціальних груп і класів, партій, законодавчих і виконавчих органів країн щодо розвитку власне інтеграційних процесів. Ця передумова носить суб'єктивний характер і віддзеркалює об'єктивні економічні процеси, але водночас впливає на них, може певною мірою сприяти розвитку інтеграції чи гальмувати його;

- тенденція демографічного розвитку;

- наявність і необхідність розв'язання глобальних проблем (енергетичної, продовольчої, екологічної), використання Світового океану та космосу, економічного зростання та зростання народонаселення, економічної безпеки, роззброєння;

- різке скорочення відстаней за рахунок розвитку транспортно-комунікаційних мереж;

- ринкова «уніфікація» економічного розвитку.

Інтеграція має декілька рівнів свого розвитку. Головне значення має взаємодія на рівні підприємств та організацій – безпосередніх виробників товарів та послуг. Саме тут виникають інтеграційні зв'язки в основних сферах відтворення, здійснюється структурна перебудова національних економік, що веде до їхнього взаємодоповнення і переплетення. З цієї причини зростання обсягів і розгалуження структур взаємної торгівлі, міжнародний рух капіталу, науково-виробнича кооперація, міграція робочої сили є вирішальними факторами розвитку інтеграційних процесів у цілому.

Інтегрування основних ланок економік різних країн доповнюється взаємодією на рівні держав. Така взаємодія здійснюється, по-перше, шляхом утворення умов інтеграційних процесів державними структурами, по-друге, безпосередньою участю державних підприємств та організацій у міжнародному економічному співробітництві.

Третій рівень розвитку інтеграційних процесів – взаємодія на рівні партій та організацій, соціальних груп, окремих громадян різних країн – може бути визначений як соціально-політичний. Така взаємодія має суспільний характер, змістом якого є утворення та

розвиток політичних, релігійних, культурних, людських та інших передумов міждержавної інтеграції.

Нарешті, четвертий рівень – це рівень власне інтеграційного угруповання як економічної спільності з властивими їй характеристиками та особливостями. Будучи результатом міждержавного об'єднання, інтеграційне угруповання починає виступати як якісно нове та відносно самостійне утворення, що формує свою власну систему відносин як з кожним учасником об'єднання, так і поза ним. При цьому важливого значення набуває чітке розмежування повноважень економічного угруповання як цілого та його окремих учасників, визначення умов взаємодії інтеграційної спільності з третіми державами, іншими міждержавними організаціями.

Будучи формою виявлення та етапом розвитку інтернаціоналізації господарського життя, економічна інтеграція водночас суттєво відрізняється від традиційного економічного співробітництва різних країн. З 1947 по 1995 рр. у світі було створено більше 60 інтеграційних угруповань. Об'єднання останніх визначалося цілим рядом передумов:

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

- географічна наближеність країн, що інтегруються, наявність у більшості випадків спільного кордону та історично сформованих економічних зв'язків;

- спільність економічних та інших проблем, що існують перед країнами у сфері економічного розвитку, фінансування, регулювання економіки, політичного співробітництва тощо. За своєю сутністю економічна інтеграція покликана вирішити конкретні проблеми, які реально існують перед країнами, що інтегруються;

- демонстраційний ефект: у країнах, що входять до інтеграційних об'єднань, як правило, відбуваються позитивні зрушення (прискорення темпів економічного зростання, зниження інфляції, ріст зайнятості і т.д.), що справляють певний психологічний вплив на інші країни. Демонстраційний ефект має прояв, напри-

клад, у бажанні країн колишнього СРСР якнайшвидше стати членами ЄС, навіть не маючи для цього макроекономічних передумов;

– «ефект доміно»: після того, як більшість країн того чи іншого регіону стали членами інтеграційного об'єднання, інші країни, які залишилися за його межами, відчувають деякі труднощі, пов'язані з переорієнтуванням економічних зв'язків країн, що входять до даного угруповання. Це часто призводить до скорочення обсягів торговельних відносин країн, що залишилися за межами інтеграції. У результаті вони також змушені вступити в інтеграційне об'єднання. У цілому, спираючись на зазначені передумови, країни утворюють інтеграційні об'єднання, що, незважаючи на численність у сучасній світовій економіці та різні рівні розвитку, переслідують приблизно однакові цілі. Найбільш вагомими інтеграційні угруповання включають у себе десятки країн: ЄС (27), АТЕС (21), Економічне співтовариство держав Західної (16 країн) та Східної (17) Африки.

Конкретно визначити, на якому етапі розвитку знаходиться те чи інше інтеграційне угруповання, доволі складно. Проте є можливість класифікувати сучасні інтеграційні угруповання за цілями їх утворення, що відображено у таблиці 5.1.

Регіональна інтеграція зумовлена, насамперед, потребами розвитку продуктивних сил, які дедалі переростають національно-державні межі, що призводить до неухильного поглиблення міжнародного поділу праці та підвищення взаємозалежності національних господарств.

Таблиця 22.1

Рівень розвитку інтеграційних об'єднань

Рівень	Назва, рік створення	Країни-члени
Преференційна торговельна угода	1. Угода про партнерство та співробітництво між ЄС та країнами колишнього СРСР, 1994 р.	ЄС, Белорусь, Казахстан, Росія, Україна
	2. Угода про асоціації з ЄС, 1991–1995 рр.	Болгарія, Чехія, Угорщина, Польща, Румунія, Словаччина, Естонія, Латвія, Литва, Словенія

Зона вільної торгівлі (ЗВТ)	1. Європейська асоціація вільної торгівлі (ЄАВТ)	Австрія, Великобританія, Данія, Швейцарія, Фінляндія, Ісландія, Ліхтенштейн, Португалія, Норвегія, Швеція. У 1972 р. з ЄАВТ вийшли Великобританія та Данія, в 1986 р. – Португалія, в 1995 р. – Австрія, Фінляндія, Швеція
	2. Балтійська ЗВТ 1993	Естонія, Латвія, Литва
	3. Вишеградська четвірка, 1990 р.	Угорщина, Польща, Чехія, Словенія
	4. Центральноевропейська зона вільної торгівлі (ЦЕФТА), 1992 р.	Угорщина, Польща, Чехія, Словаччина, Словенія
	5. Північноамериканська зона вільної торгівлі, НАФТА, 1994 р.	США, Канада, Мексика
	6. Австралійсько-новозеландська торговельна угода про поглиблення економічних зв'язків, АНЦСЕРТА, 1983 р.	Австралія, Нова Зеландія
	7. Організація Азіатсько-Тихоокеанського економічного співробітництва, АТЕС, 1989 р.	21 країна-учасниця Азії, Північної та Південної Америки: Австралія, Бруней, Малайзія, Сінгапур, Таїланд, Нова Зеландія, Індонезія, Гвінея, Філіппіни, Тайвань, Гонконг, Китай, Південна Корея, Японія, США, Канада, Чилі; з 1997 р. – В'єтнам, Перу, РФ
Митний союз	1. Центральноевропейський спільний ринок (ЦАСР), 1961р.	Коста-Ріка, Сальвадор, Гватемала, Гондурас, Нікарагуа
	2. Арабський спільний ринок, 1964 р.	Єгипет, Ірак, Йорданія, Лівія, Мавританія, Сирія, Йемен
Спільний ринок	1. Латиноамериканська асоціація інтеграції, ЛАІ, 1960 р.	Аргентина, Болівія, Бразилія, Чилі, Колумбія, Еквадор, Мексика, Перу, Уругвай, Венесуела, Парагвай
	2. Спільний ринок Південного Конуса, МЕРКОСУР, 1991 р.	Аргентина, Бразилія, Уругвай, Парагвай

	3. Карибське співтовариство та Карибський спільний ринок, КАРИКОМ, 1973 р.	Антигуа і Барбуда, Багамські острови, Барбадос, Беліз, Домініка, Гренада, Гайана, Ямайка, Монтсеррат, Сент-Кітс і Невіс, Сент-Люсія, Сент-Вінсент і Гренадіни, Тринідад і Тобаго; 13 держав
	4. Андська група, 1969 р.	Болівія, Колумбія, Еквадор, Перу, Венесуела
	5. Рада співробітництва арабських країн Персидської затоки, «нафтова шестірка», 1981 р.	Бахрейн, Кувейт, Оман, Катар, Саудівська Аравія, ОАЕ
	6. Асоціація держав Південно-Східної Азії, АСЕАН, 1967 р.	Індонезія, Філіппіни, Бруней, Сінгапур, Малайзія, Таїланд, 1995 р. – В'єтнам
Економічний союз	1. Європейське економічне співтовариство, ЄЕС, 1957 р., з 1993 р. – Європейський Союз, ЄС	Австрія, Бельгія, Великобританія, Данія, Німеччина, Греція, Ірландія, Іспанія, Італія, Люксембург, Нідерланди, Португалія, Фінляндія, Франція, Швеція... (27 країн)
	2. Економічний союз, Бенілюкс, 1948 р.	Бельгія, Нідерланди, Люксембург
	3. Співдружність незалежних держав, СНД, 1992 р.	Вірменія, Азербайджан, Беларусь, Грузія, Казахстан, Киргизія, Молдова, Росія, Таджикистан, Туркменістан, Україна, Узбекистан
	4. Союз Арабського Магриба, САМ, 1989 р.	Алжир, Лівія, Мавританія, Марокко, Туніс
	5. Західно-африканський економічний і валютний союз, ЮЕМОА, 1994 р.	Бенін, Буркіна-Фасо, Кот-д'Івуар, Малі, Нігерія, Сенегал, Того
	6. Співтовариство розвитку Півдня Африки, САДК, 1973 р.	Ангола, Ботсвана, Лесото, Малаві, Мозамбік, Намібія, Свазіленд, Танзанія, Замбія і Зімбабве, ПАР, Мавританія
	7. Економічне співтовариство країн Західної Африки, ЕКОВАС, (1975 р., 16 країн) 8. Економічне співтовариство країн Східної та Південної Африки (1982 р., 17 країн)	Бенін, Буркіна-Фасо, острови Зеленого Мису, Кот-д'Івуар, Гамбія, Гана, Гвінея, Гвінея-Бісау, Ліберія, Малі, Мавританія, Нігер, Нігерія, Сенегал, Сьєрра-Леоне, Того

9. Економічне співтовариство країн Центральної Африки, КЕЕАС	11 країн-учасниць
--	-------------------

Незважаючи на гостру конкуренцію і міждержавні суперечності, взаємозв'язок національних процесів відтворення стає дедалі тіснішим, відбувається зближення національних економічних і політичних структур, складається господарський регіональний комплекс, формується нова культура спілкування між націями.

23.4. Головні передумови міжнародної інтеграції як якісно нового рівня МЄВ

Загалом актуальні питання економічної інтеграції та ефективної співпраці країн у глобальному середовищі фокусуються і системно відображаються у проблематиці *міжнародної конкурентоспроможності економік і окремих секторів країн – суб'єктів міжнародних економічних відносин*. На сьогодні успіху досягають структурно збалансовані національні економіки з нормально функціонуючим реальним і міцним (здоровим) фінансовим секторами економіки, адекватним внутрішній та міжнародній соціально-економічній структурі співвідношенням виробничого і невиробничого, державного і приватного секторів, ефективними відтворювальними механізмами в матеріальній і духовній сферах тощо. Оптимізація саме цих параметрів забезпечує внутрішні складові конкурентоспроможності національних економік і ефективність економічної інтеграції країн. Стосовно перехідних економік очевидним є переосмислення чинників їх прогресу: якщо на початкових етапах ринкової трансформації найважливішими її інституціональними передумовами вважалися лібералізація, приватизація, корпоратизація та макроекономічна стабілізація, то на сьогодні домінує ідея здатності держави забезпечити середовище, що стимулює внутрішню і міжнародну конкурентоспроможність національних підприємств та об'єднань. Таким чином, вирішального значення для інтеграційних прагнень і посилення ефективності зовнішньоекономічних зв'язків постпланових країн,

зокрема України, набуває макро- і мікробалансована структурна політика та її інституціональне забезпечення.

Важливо усвідомлювати, що сучасна парадигма світогосподарського розвитку формується на основі постіндустріальних цінностей, коли конкурентоспроможність країн визначається їхніми динамічними перевагами з пріоритетом знань, інновацій та інформації, а не статичними чинниками, пов'язаними (переважно або й виключно) із забезпеченістю матеріальними та трудовими ресурсами.

На відміну від вище означених країн країни-лідери демонструють усталену внутрішню і міжнародну конкурентоспроможність, реалізуючі саме постіндустріальну стратегію розвитку. Для них характерним стає: різке зниження сировинної і частково енергетичної залежності внаслідок цілеспрямованої деіндустріалізації економіки; вивільнення у міжнародній торгівлі ринків масових споживчих товарів, що, до речі, на поверхні виглядає як «завоювання» цих ринків іншими країнами; пріоритетність нового самостійного, справді стратегічного і глобально конкурентоспроможного продукту – знань та інформації; переорієнтація інвестицій з розширення виробництва і накопичення матеріальних активів на розвиток «людського капіталу».

Постіндустріальна економіка має яскраво виражений інноваційний характер, коли нові відкриття, винаходи, технології, товари і послуги з'являються не епізодично чи спонтанно, а стають постійною і найважливішою складовою економічного прогресу. Усе більше – це економіка матеріалізованих знань, а інформація (доступ до сучасних знань і засобів зв'язку) поряд із землею, капіталом і трудом стає не просто самостійним фактором виробництва, а визначальною передумовою лідерства у міжнародних інтеграційних процесах.

Якщо відкинути безперспективну позицію – не бачити імперативів XXI століття – і, таким чином, не реагувати на нього взагалі, то очевидною стає альтернатива:

– або змиритися зі своєю нездатністю створити конкурентоспроможну у глобальному сенсі економіку і жити без «постіндус-

тріальних» та «інформаційних» претензій на лідерство у сучасних інтеграційних процесах;

– або знайти шлях і сили структурно і технологічно оновити економіку, здатну конкурувати на нових ринках, завойовувати і відстоювати свої позиції на окремих їх сегментах і в окремих інтеграційних блоках.

Щоб іти першим шляхом, достатньо більш-менш ефективно використовувати наявні природні і трудові ресурси традиційними (індустріальними) способами. Частина «інтелекту» нації буде обслуговувати їх еволюційний розвиток, забезпечуватиме відповідні управлінські моделі та відтворюватиме трудові ресурси, здатні копіювати чужі знання і таким чином адаптуватися до середніх стандартів сучасного світу. За таких умов звичним стане «відплив умів» (безпосередньо через еміграцію творчих особистостей в постіндустріальні країни чи шляхом використання їх потенціалу зарубіжними інститутами і корпораціями в Україні). Непотрібно ніякої пропаганди такого способу життєдіяльності нації – у світі можна знайти аналоги. Маючи окремі приклади «процвітання» апріорі малоефективних економік, що забезпечувалось проривами в експорті за допомогою ТНК, багато країн навіть і не шукають інших шляхів розвитку. Більше того, між ними розгорнулася конкуренція за інвестиції (філії) ТНК, з'явилися нові інструменти їх заохочення. Сформувався своєрідний ринок «національних пропозицій» умов транснаціональної діяльності, де найпривабливішим товаром стали не лише дешева робоча сила чи податкові пільги, навіть некерована зарубіжними корпораціями протекціоністська політика, а масштаби концесій (приватизації) державної власності. Інколи на цьому ринку з'являються і екзотичні товари – не з точки зору географії, а за готовністю піти на все заради «співпраці» з ТНК та міжнародними фінансовими організаціями. Майже у всіх кінцях світу можна спостерігати приклади штучного впровадження елементів суперсучасних технологічних систем у до- та індустріальні економіки, сучасного західного менеджменту у відносини культур, основаних на принципово відмінних від прагматизму цивілізаційних цінностях.

Другий шлях пов'язаний зі значними консолідованими зусиллями, а в умовах перманентної кризи – з надзусиллями. У глобалізаційному контексті для України актуальними є не просто питання забезпечення факторної конкурентоспроможності (для чого є необхідні, хоча до останнього часу і не використані ресурсно-технологічні передумови – запаси корисних копалин, сільськогосподарські угіддя, кваліфікована робоча сила, науково-технічна база, вигідне географічне положення), а проблема трансформації початкових (факторних) переваг у інвестиційні та науково-технологічні. Для цього потрібна чітка і досить жорстка державна стратегія з концентрацією ресурсів на відповідних пріоритетних напрямках економічного розвитку.

З урахуванням, з одного боку, ключових світогосподарських тенденцій, а з іншого – потенціалу економіки країни-суб'єкта інтеграційних процесів, стратегічними пріоритетами її розвитку в умовах глобалізації виявляються:

- системна інтеграція у світове господарство із забезпеченням реальної міжнародної конкурентоспроможності;
- ефективна міжнародна спеціалізація, скоординована із внутрішньою структурною модернізацією та орієнтована на доступні прогресуючі сегменти світового ринку;
- диверсифікація міжнародної співпраці, спрямована на ліквідацію монопольної залежності від окремих зарубіжних ринків;
- становлення власних транснаціональних економічних структур із глобальним менеджментом;
- взаємодія зі світовими економічними угрупованнями, спрямована на поетапну інтеграцію;
- безпосередня участь у формуванні світової інституціональної інфраструктури через взаємодію з МВФ, Світовим банком, системою ГАТТ/СОТ, спеціалізованими урядовими і неурядовими організаціями в галузі зв'язку та інформаційного обміну, транспорту, енергетики, праці (МОП), торгівлі і розвитку (ЮНКТАД), промислового розвитку (ЮНІДО), сільського господарства і продовольства (ФАО) та ін.;

– забезпечення належного рівня економічної безпеки з діючими механізмами захисту від несприятливих змін міжнародної кон'юнктури та фінансових криз.

З прагматичної точки зору очевидним є те, що глобальну перспективу будь-якої країни визначатимуть:

– по-перше, орієнтована на міжнародну конкурентоспроможність транснаціоналізація економіки. Для України повинно йтися вже не тільки про залучення інвестицій зарубіжних ТНК (до речі, найбільш реальних потенційних прямих інвесторів з відповідними нашим потребам масштабами), але й про створення власних ТНК (ресурсно-технологічних, методологічних та агропромислових; техніко-технологічних, приладобудування, аерокосмічної техніки, літакобудування, суднобудування; транспортно-інфраструктурних – нафта, газ, електроенергетика);

– по-друге, зважена політика регіональної інтеграції з пріоритетом органічного входження у великі світові ринки. Саме через цю призму доцільно розглядати інтеграційні субрегіональні угоди України з Балтійським спільним ринком, Центральноєвропейською угодою про зону вільної торгівлі, Чорноморським економічним співробітництвом, Співдружністю незалежних держав. Зрозуміло, що найбільш складними були і залишаються взаємовідносини України у межах СНД. Цілком зважені українські ініціативи щодо поетапного розвитку інтеграції, починаючи з угоди про вільну торгівлю, поки що «перекриваються», з одного боку, реаліями інтеграційних процесів у рамках Росії, Білорусі, Узбекистану і Казахстану, а з іншого – геоекономічною різновекторністю окремих країн Співдружності та російсько-грузинським конфліктом;

– по-третє, ефективна взаємодія зі світовими регуляторними організаціями, основана на попередніх комплексних оцінках можливих позитивних і негативних наслідків.

Ефективна реалізація визначених пріоритетів можлива засобами адекватної економічної політики з продуктивним використанням власних, насамперед інтелектуальних ресурсів. Інноваційний розвиток як базову постіндустріальну цінність можна забезпечити лише через систему підготовки і підтримки працівників нового типу. Інноваційна економіка потребує інноваційної освіти і менеджменту.

Незважаючи на значні втрати ресурсів, науково-технологічного та кадрового потенціалу і часу, Україна має перспективи певної міжнародної конкурентоспроможності, здатна розвиватись на власній інтелектуальній основі з продукуванням новітніх науково-технологічних рішень в інноваційних сегментах світового ринку, забезпечувати належні умови життєдіяльності нації.

Переваги розвинених країн у сфері глобалізації, зокрема економіки США, обумовлені не стільки ефективністю міжнародних зв'язків чи продуктивністю національної економіки, а насамперед, лідерством у розробці та впровадженні інформаційних технологій, у т.ч. маркетингових, фінансових і страхових. Ці технології дозволили створити світову мережу, завдяки якій стало можливим у найкоротші терміни розповсюджувати інформацію про наявність і вартість товарів на міжнародних товарних біржах, інформацію про котирування акцій різноманітних підприємств на фондових біржах світу, співвідношення курсів валют на міжбанківській валютній біржі, інформацію про надання страхових, консультативних, рекрутингових послуг та здійснювати відповідні електронні розрахунки. Пріоритет у використанні Web-технологій дозволив суттєво розширити віртуальний економічний простір США та підвищити ефективність ліберально-ринкового господарського механізму, що й забезпечило найвищий (більше 40 тис. дол. per capita) у світі показник ВНД на душу населення. Вдале маніпулювання державними витратами, зростаючі масштаби кредитування споживчих потреб та незначна частка неформального (тіньового) сектору економіки (менше 9 % ВНД) за наявністю великої кількості економічно активного населення виявилися найважливішими чинниками, що забезпечили значний відрив американського господарства за цим показником від інших країн світу.

Об'єктивною підставою для успіху на шляху розширення віртуального економічного простору, тобто інкорпорації у світове господарство, є стан і потенціал зростання національної економіки, які насамперед обумовлено активністю працездатного населення, його професійною кваліфікацією, схильністю до підприємництва, а також умовами господарювання – наявністю виробни-

чих фондів і ресурсів, правилами трансакцій між суб'єктами господарювання, суспільними інститутами та державою, податковим тиском тощо. Саме тому значна кількість економічно активного населення Китаю та Бразилії, країн з низьким рівнем доходу на душу населення, обумовлює вихід цих країн по ВНД на більш високі щаблі, відповідно 1,6 та 0,5 трлн дол. США. До того ж, реальний економічний потенціал країни залежить від розміру неформального сектору, який виявляється своєрідним буфером, зокрема у таких критичних ситуаціях розвитку, як соціально-економічна перебудова, реформування економічної системи, іноземне валютне рейдерство чи світова фінансово-економічна криза. Тому корекція ВНД на величину неформального (тіньового) доходу вельми суттєва, особливо для таких країн, як Росія, Польща, Україна, Угорщина і Чехія (рис. 22.2).

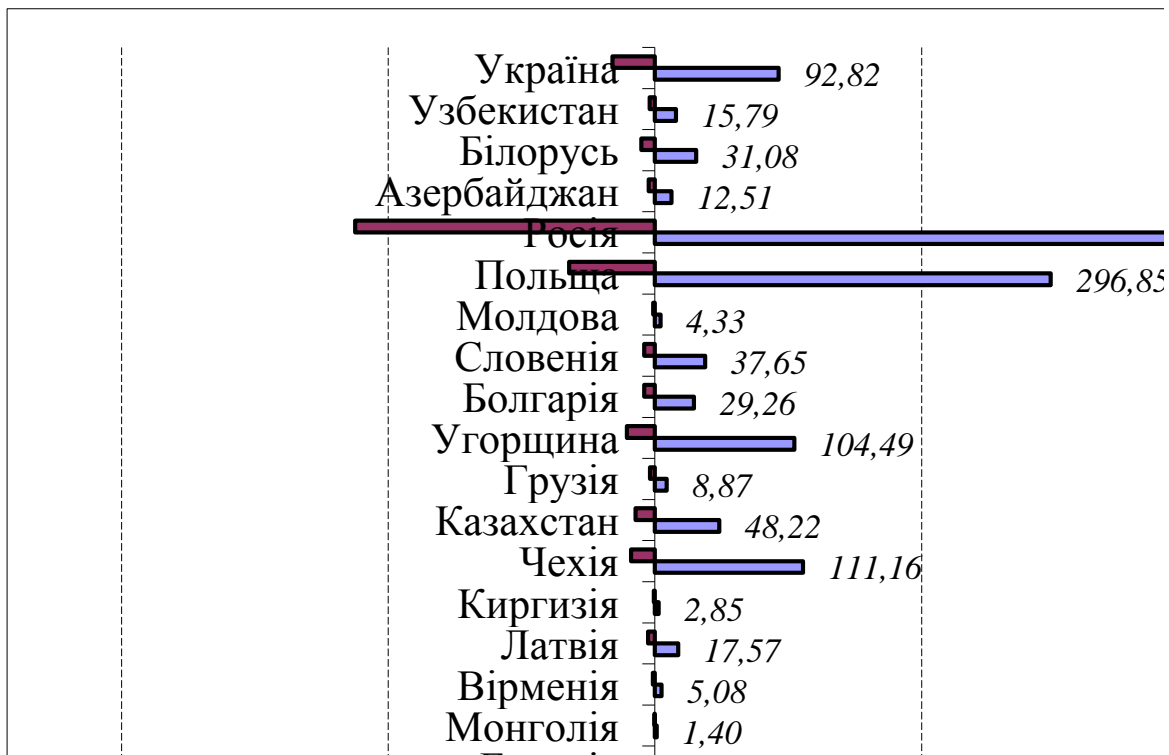


Рис. 22.2. ВНД з урахуванням тіньового сектору постсоціалістичних країн

У сфері міжнародних фінансових відносин іноземні капіталовкладення є головною передумовою міжнародної інтеграції. Прямі іноземні інвестиції, що є індикатором залучення національного господарства у глобальну господарську мережу, залежать

не тільки від інвестиційної привабливості економіки країни, але й господарського законодавства, потенціалу розвитку бізнесу, структури споживацького ринку та його платоспроможності. Експерти Світового банку на підставі маркетингових досліджень 156 країн надали Україні 39-й рейтинг – за умовами виконання контрактів (перший – Норвегія, останній – Тімор-Лесте), 75-й – за умовами кредитування (перший – Великобританія, останній – Камбоджа), 78-й – за умовами зовнішньої торгівлі (перший – Данія, останній – Ірак), 98-й – за умовами ліцензування (перший – Палау, останній – Танзанія), 110-й – по простоті організації нового бізнесу (перший – Канада, останній – Ангола), 119-й – за умовами працевлаштування (перший – Палау, останній – Буркіна Фасо), 123-й – за процедурами банкрутства (перший – Японія, останній – Західний берег і Газа) 124-й – за простотою здійснення господарських трансакцій (перший – Нова Зеландія, останній – Конго), 127-й – за умовами реєстрації власності (перший – Нова Зеландія, останній – Нігерія), 141-й – за захистом інвестора (перший – Нова Зеландія, останній – Афганістан), а найнижчий 151-й з 156 можливих – по податкових платежах (перший – Мальдіви, останній – Білорусь). Така рейтингова оцінка українського економічного простору демонструє вкрай несприятливу ситуацію для розвитку міжнародного бізнесу в Україні та попереджує можливого інвестора про високі ризики вкладання капіталів в економіку нашої країни.

Серед групи країн економічних лідерів за показниками інвестиційної привабливості для іноземного капіталу (легкість здійснення господарських трансакцій, відкриття нового бізнесу, умови ліцензування, найму робочої сили, отримання кредиту, вартості та тривалості процедур реєстрування власності) до першої п'ятірки країн можна віднести Нову Зеландію, Сінгапур, США, Австралію та Великобританію (табл. 5.2). Серед постсоціалістичних країн до першої п'ятірки належать Литва, Словачія, Естонія, Монголія та Вірменія. На жаль, Білорусь, Узбекистан і Україна займають три передостанні місця у списку інвестиційно-привабливих країн, що негативно впливає на їх світовий імідж і розмір відсотків за міжнародними кредитами.

**Інвестиційний імідж деяких країн за показниками
господарських трансакцій**

Капіталістичні країни	Середній сумарний ранг	Ранг інвестиційної привабливості у світі	Постсоціалістичні країни	Середній сумарний ранг	Ранг інвестиційної привабливості у світі	Ранг у власній групі
Нова Зеландія	3,2	1	Литва	33,2	17	1
Сінгапур	7,2	2	Словакія	38,8	19	2
США	9,3	3	Естонія	42,7	22	3
Австралія	11,8	4	Монголія	46,0	24	4
Великобританія	14,3	5	Вірменія	51,2	28	5
Канада	14,5	6	Латвія	52,8	30	6
Данія	16,5	7	Киргизія	54,7	32	7
Ісландія	18,7	8	Чехія	57,2	34	8
Швейцарія	21,0	9	Казахстан	74,2	40	9
Норвегія	21,2	10	Грузія	74,3	41	10
Таїланд	26,8	11	Угорщина	74,7	42	11
Гонконг	27,5	12	Болгарія	76,3	44	12
Японія	28,3	13	Словенія	77,8	47	13
Швеція	28,5	14	Молдова	81,2	49	14
Фінляндія	28,8	15	Польща	82,2	50	15
Ірландія	29,2	16	Росія	82,2	51	16
Палая	35,8	18	Азербайджан	84,7	53	17
Нідерланди	39,3	20	Білорусь	85,5	55	18
Німеччина	42,5	21	Узбекистан	93,0	57	19
Бельгія	52,0	29	Україна	108,8	64	20

Про рівень залучення національного господарства до світової економічної павутини можна судити за чисельністю філій іноземних ТНК, наявність яких у межах адміністративних границь постсоціалістичних країн, у т.ч. України, має свої позитивні та негативні наслідки. Ступінь негативного впливу подібних інтеграційних процесів на формування структури національного господарства визначається умовами функціонування і розподілу прибутку філій на території країни розміщення, а також

балансом іноземних та власних філій (українських доменів ТНК). Поки що досить складно визначити наскільки гармонійні сучасні зв'язки між державою і ТНК, у т.ч. країни походження домену. Проте досить добре визначені сфери неузгодження їх інтересів – це, насамперед, механізм трансфертних цін, екологічні проблеми, розподіл експортних ринків, дискримінація в управлінні трудовими ресурсами, ряд ідеологічних та культурних обмежень. Серед заходів державної підтримки корпорацій, що закріплено Конвенцією України про ТНК (1999 р.), найбільш сприятливі для залучення іноземного капіталу є наступні:

- 1) передача в управління корпорації державних пакетів акцій підприємств-учасників корпоративних відносин;
- 2) залік заборгованості підприємства, акції якого реалізуються на інвестиційних конкурсах в обсяг інвестицій для корпорації-покупця;
- 3) надання державних гарантій для отримання різного роду інвестиційних ресурсів, у т.ч. під заставу;
- 4) виключення подвійного оподаткування учасників корпорації на територіях сторін, де діють ТНК та її філії;
- 5) безмитний ввіз та вивіз устаткування, продукції, робіт та послуг, а також переміщення капіталу між філіями і доменом;
- б) надання банкам, що інвестують ТНК, різноманітних пільг та державної фінансової підтримки.

Може ці заходи й здатні забезпечити прискорення процесів інкорпорації України до світового економічного простору на якісно новому рівні МЕВ, але для цього треба найближчим часом подолати політичну нестабільність та правовий нігілізм у господарській сфері. Незважаючи на лібералізацію торгівлі на початку 1990-х років частка України у світовій економіці та ступінь її залучення до міжнародного розподілу праці не тільки не зростає, а поступово скорочується. Структура експорту країни має переважно сировинний характер. На початковій стадії знаходяться процеси легального вивозу капіталу, створення сумісних підприємств, корпоративних структур і вільних економічних зон.

Для визнання України рівноправним партнером у міжнародних економічних відносинах (суб'єктом МЕВ) необхідно

забезпечити випереджаючі темпи економічного зростання, подолати корупцію та підвисити добробут громадян України до середнього рівня європейських країн, що, у свою чергу, потребує таких дій:

1) створення стабільного політичного та законодавчого простору господарських трансакцій;

2) створення сприятливого інвестиційного клімату для іноземного капіталу та усталених «правил гри» для суб'єктів економіки у недосконалому ринковому просторі;

3) відпрацювання механізму державного контролю лібералізації торгівлі з одночасною активізацією збалансованої зовнішньоторговельної політики, що поєднує експортно-орієнтованість виробництва з імпортозаміщенням;

4) визначення найважливіших галузей-локомотивів економіки, які мають стати системою пріоритетів розвитку й об'єктами підтримки уряду (металургійна, нафтогазова, аерокосмічна, транспортна, виробництво зернової продукції тощо).

5) забезпечення економічної безпеки України в умовах зовнішнього впливу світової кон'юнктури й міжнародної конкуренції на тлі внутрішніх чинників нестабільності внаслідок суспільно неефективних дій національних суб'єктів економіки на світових ринках.

Інкорпорування України у світовий економічний простір є непростим завданням як для урядовців, так і дипломатичної служби країни, оскільки завдяки територіальному розташуванню країна перебуває у сфері інтересів багатьох впливових на світовій арені гравців. У цих умовах лише збереження незалежності та статусу позаблоковості може забезпечити просунення національних економічних інтересів. Проте у час мінливості геополітичних блоків і тяжіння до їх укрупнення майже єдиним правильним шляхом виявляється майстерне балансування та багатогранність зовнішньоекономічної політики.

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Передумови міжнародної економічної інтеграції?
2. Міжнародна економічна інтеграція як об'єктивний процес глобалізації економіки?
3. Основні етапи міжнародної економічної інтеграції (МЕІ)?
4. Основні форми МЕІ між країнами та їх порівняльна характеристика за ключовими критеріями?
5. Форми МЕІ на мікроекономічному рівні (наведіть приклади)?
6. Сучасні інтеграційні угруповання країн (наведіть приклади)?
7. Чинники проблем на шляху інтеграційних намірів України?
8. Особливості сучасних інтеграційних процесів?
9. Позитивні наслідки інтеграційних процесів для країн-членів міжнародних економічних угруповань?
10. Негативні наслідки міжнародної економічної інтеграції (наведіть приклади)?

ГЛАВА 23

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ЄВРОПІ

Європа має великий досвід та потенціал регіональної міжнародної економічної інтеграції. Це пояснюється як політичними і соціально-економічними особливостями розвитку європейських країн у період після другої світової війни, так і сучасними тенденціями розвитку світової економіки, коли сформувалися три світових економічних центри (Європа, Північна Америка з домінуючою роллю США, Азія з пріоритетом Японії). Найбільші масштаби, глибина та динаміка притаманні інтеграційним процесам західноєвропейських країн у рамках Європейського Союзу (ЄС). Нині ЄС являє собою інтеграційне угруповання 28 європейських країн, які демонструють економічну та політичну єдність, частково відмовляючись від своїх національних суверенітетів.

23.1. Західноєвропейська економічна інтеграція: Європейський Союз

Початком західноєвропейської економічної інтеграції можна вважати 1950 рік, коли Голова Ради міністрів Франції Робер Шуман та його співвітчизник Жак Моне запропонували створити Європейську федерацію, що ґрунтується на економічному об'єднанні. Як початковий крок передбачалась інтеграція в гірничо-металургійних галузях, де традиційно велась жорстка конкурентна боротьба, насамперед між Німеччиною та Францією. Європейське об'єднання вугілля і сталі (ЄОВС) було створено внаслідок Паризької угоди між 6-ма країнами: Німеччиною, Францією, Італією, Бельгією, Нідерландами і Люксембургом (1951 р.) і почало функціонувати з 1952 року.

У 1954 році Бельгія, Нідерланди і Люксембург запропонували створити Спільний ринок, а у 1956 р. міжурядова конференція у Венеції підготувала проекти створення Європейського економічного співтовариства (ЄЕС) і Європейського співтовариства

з атомної енергії (Євратом). Римський договір про створення ЄЕС і Євратому був підписаний у 1957 р. і набув чинності з 1958 року.

Римським договором передбачалося *ліквідувати всі національні бар'єри на шляху вільного руху товарів, послуг, капіталів та робочої сили між країнами-учасницями і перейти до вироблення спільної зовнішньоекономічної, сільськогосподарської і транспортної політики*. Злиття трьох співтовариств (Європейське об'єднання вугілля і сталі, Європейське економічне співтовариство та Євратом) в Єдине європейське співтовариство сталося в 1967 р., у 1968 р. було утворено Митний союз країн ЄС з відповідними угодами про наступне:

- відміну митних податків і зняття кількісних обмежень;
- введення єдиного митного тарифу для інших країн;
- проведення єдиної зовнішньоторговельної та аграрної політики.

У 1972 р. було підписано Паризьку угоду про *поетапне створення валютно-економічного та політичного союзу*. З 1973 р. діє угода про вільну торгівлю між ЄЕС і ЄОВС, з одного боку, і країнами Європейської асоціації вільної торгівлі – з іншого. Цього ж року до Співтовариства вступили Великобританія, Данія та Ірландія.

У 1979 році завершився процес створення Європейської валютної системи (ЄВС). Замість європейської розрахункової одиниці, що використовувалась для спільних і зведених розрахунків країн Співтовариства з 1958 р., в обіг було введено ЕКЮ (European Currency Unit). Емісія ЕКЮ на 50 % забезпечувалась відрахуваннями із золотих і доларових запасів, і на 50 % – національними валютами країн-членів. Валютний курс ЕКЮ розраховувався на базі валютного кошика національних валют країн-учасниць ЄВС з урахуванням їх питомої ваги в сукупному ВВП. Створенням Європейської валютної системи передбачалося *зменшити коливання валютних курсів, витіснити з міжнародних розрахунків долар США* та стимулювати подальший розвиток інтеграційних процесів.

У 1981 році до Європейського співтовариства приєдналася Греція, а в 1986 році – Португалія та Іспанія. У цей період

приймається єдиний Європейський акт, яким вносяться зміни до Римського договору і визначається створення Єдиного внутрішнього ринку (ЄВР). Згідно з цим, починаючи з 1987 р., здійснюються *prfs* кроки:

- усуваються митні формальності, які ще залишилися (огляд товарів, перевірка документів);
- усуваються відмінності в технічних стандартах;
- відмінюються обмеження конкуренції в наданні держзамовлень;
- нівелюється різниця в рівнях і структурі оподаткування;
- усуваються ліміти на послуги (транспорт, зв'язок, фінанси);
- усуваються валютні обмеження, що залишилися;
- усуваються обмеження щодо прийняття громадян на роботу.

З розвитком ЄС сформувалась відповідна інституційна структура наднаціонального регулювання, органами якої є Європейська рада, Комісія ЄС, Рада ЄС, Європарламент, Економічна і соціальна рада, Суд і Контрольна палата ЄС. До того ж розгалужена інституційна структура ЄС включає ряд консультативних і допоміжних організацій та установ, а також систему фінансових фондів.

У 1991 році було підписано угоду між ЄС і ЄАВТ про створення Європейського економічного простору (ЄЕП). Цього ж року прийнято Маастрихтську угоду, суть якої характеризує новий якісний етап в еволюції ЄС. Передбачалося створення Економічного і валютного союзу (ЕВС). Це завдання вдалося успішно вирішити до початку 1993 р. шляхом створення внутрішнього (спільного) ринку – *простору без внутрішніх кордонів, у межах якого забезпечено чотири свободи* (пересування товарів, послуг, робочої сили і капіталу). Це стало великим досягненням для країн-членів співтовариства, але на порядку денному виникла необхідність вирішення нових завдань, тепер вже політичного характеру. У зв'язку з цим з назви Європейського Співтовариства було вилучено слово «економічне» як підтвердження того, що віднині будуть вирішуватися не тільки завдання в економічній сфері. Це

нововведення було закріплено в Маастрихтському Договорі, підписаному в 1992 році. Договір набрав чинності 1 листопада 1993 року. Саме з цього дня європейські співтовариства стали офіційно називатися **Європейським Союзом**.

Зміна назви не була формальністю: трансформація співтовариства у союз передбачала, що в багатьох сферах країни-члени перейдуть від координації дій національних урядів до проведення спільної політики. Отже, відповідно до цього Договору було окреслено дві нові сфери співробітництва: *1) єдина зовнішня політика і політика у галузі забезпечення безпеки, 2) єдине правосуддя і тісна взаємодія у вирішенні внутрішніх питань*. Таким чином, Європейський Союз – це правова й інституціональна основа функціонування Європейського Співтовариства як об'єднання трьох відомих співтовариств (ЄОВС, ЄЕС, Євратом).

З 1 січня 1995 р. до ЄС приєдналися Австрія, Фінляндія та Швеція. Новий рівень економічної інтеграції був досягнутий за умови, що країни-учасниці відповідають певним принциповим критеріям:

- стабільність цін: середній річний рівень інфляції в окремій країні не має перевищувати відповідного рівня трьох країн з найкращими показниками і в цілому не перебільшувати 1,5 %;

- «бездефіцитність бюджету»: внутрішній борг окремої країни не має перевищувати 60 % ВВП, а зовнішній – 3 %;

- збалансованість процентних ставок: їх середній річний рівень в окремій країні не має перевищувати відповідного рівня країн з кращими показниками і в цілому не перебільшувати 20 %;

- стабільність валютних курсів: валюта окремих країн не має девальвуватися без згоди інших країн-учасниць і має відповідати нормам ЄС.

2 жовтня 1997 року було підписано Амстердамський договір (набув чинності 1 травня 1999 року), який вніс зміни та доповнення до Маастрихтського договору про Європейський Союз, Римського договору про заснування Європейського (економічного) співтовариства та Євратому, та Договору про заснування ЄОВС. Ці зміни торкнулись повноважень і напрямів діяльності, а також привели інституційні механізми до цілей, визначених Маа-

стрихтським договором. Особливу роль у цьому процесі відіграло укладення у 1997 році Шенгенської угоди про вільне (безвізове) пересування громадян у межах Європейського Союзу.

Держави-члени ЄС досягли істотного прогресу, головним чином, на шляху практичного впровадження законодавчих актів, які стосуються будівництва єдиного ринку. На кінець жовтня 1998 р. в середньому по ЄС залишалось 14,9 % директив, що вимагали практичного впровадження. Проте потрібно зазначити наявність значної диференціації між країнами-членами ЄС за ступенем впровадження директив ЄК. Особливо це стосується директив щодо вільного руху товарів, оскільки у сфері «торговельних бар'єрів» спостерігається найбільша кількість порушень з боку адміністративних органів країн-членів ЄС.

26 лютого 2001 року був підписаний Ніццький договір, який вніс зміни в механізми інституційного розвитку ЄС з огляду на його майбутнє розширення. Зокрема квоти представництва в інституціях ЄС були перерозподілені з урахуванням потенційної участі в них нових членів. Положення цього договору залишалися чинними принаймні до кінця 2009 року.

1 січня 2002 року в готівковий обіг була введена єдина грошова одиниця ЄС – євро, що стало черговим кроком до формування економічного та валютного союзу ЄС – найвищого етапу економічної інтеграції. 1 травня 2004 року членами Європейського Союзу стали Польща, Угорщина, Чеська Республіка, Словаччина, Словенія, Кіпр, Мальта, Естонія, Литва, Латвія. У 2007 році до списку нових членів приєдналися Болгарія та Румунія. У 2013 році до складу Європейського Союзу увійшла Хорватія. Країною-кандидатом на членство залишається Туреччина. Таким чином, ЄС нараховує сьогодні 28 держав-членів. Зараз євро перебуває в обігу на території 12 країн-засновників ЄС. З 10 країн, що увійшли до складу Євросоюзу в 2004 році, лише чотири використовують євро як національну валюту – Мальта, Кіпр, Словаччина та Словенія.

17–18 червня 2004 року на Самміті ЄС у Брюсселі було схвалено текст Конституції Європейського Союзу. 29 жовтня 2004 року у Римі главами держав та урядів 25 країн-членів ЄС

було підписано Угоду про Конституцію Європейського Союзу. Конституція ЄС складалася з чотирьох розділів, у яких відображено головні цілі, завдання та функції ЄС, організаційна структура та процедура прийняття рішень, права й обов'язки всіх європейських органів управління, а також напрями діяльності організації. Конституційна угода, яка мала вступити в силу в 2009 році, була повинна ратифікуватися усіма державами-членами ЄС до 2007 року. У багатьох з країн-членів з цією метою були організовані всенародні референдуми, зокрема у Великій Британії, Ірландії, Данії, Польщі, Іспанії, Нідерландах, Португалії, Франції, Люксембурзі, Бельгії, Німеччині та Чехії. Певні країни вирішували це питання шляхом парламентської ратифікації, до них відносяться Греція, Кіпр, Мальта, Угорщина, Фінляндія, Швеція та Італія. Литва стала першою серед країн-членів ЄС, яка схвалила нову Конституцію Європейського Союзу, оскільки проведення відповідного референдуму у цій країні не передбачалося.

13 грудня 2007 року лідери країн-членів ЄС підписали в Лісабоні (Португалія) нову угоду, що отримала назву Лісабонської. Нова угода була запропонована замість Конституції ЄС, яку не вдалося прийняти через провал її ратифікації на референдумах у Франції і Нідерландах у 2005 році. Ця угода була спрямована на реформування інституцій ЄС для більш ефективного прийняття рішень. Країни-члени ЄС планували ратифікувати нову угоду ЄС до 1 січня 2009 року. Угорщина стала першою країною Євросоюзу, яка ратифікувала конституційний Лісабонський договір. Проте існували і його супротивники, які вбачали втрату значної частини власного суверенітету, оскільки договір передбачав створення дипломатичного відомства ЄС. Лісабонський договір відкривав шлях реформі структур і систем управління ЄС, проте мав вступити у дію лише, коли всі країни-члени його ратифікують. Цей договір передбачав введення поста президента ЄС, який представлятиме співдружність на міжнародній арені. До цього репрезентативні обов'язки фактично виконував лідер країни, що головував у керівних органах ЄС. До того ж, Лісабонський договір припускає розширення повноважень верховного представника ЄС з єдиної зовнішньої політики і політики безпеки – фактично

міністра іноземних справ співдружності. Цей представник одночасно виконуватиме обов'язки заступника голови Єврокомісії. З набуттям чинності Лісабонського договору (1 грудня 2009 р.) після тривалих дискусій в Ірландії, Чехії та Польщі до компетенції керівництва ЄС (перший президент Херманн ван Ромпей) належить право визначати мінімальні строки покарання за важкі злочини, і це не лише тероризм, а й торгівля людьми, зброєю, наркотиками, сексуальна експлуатація жінок і дітей, відмивання брудних грошей, підробка грошей, приналежність до організованої злочинності та корупція. Одним з ключових нововведень є вилучення права вето країн-членів, зокрема у боротьбі зі змінами клімату, щодо питань енергозабезпечення та монетарної політики. Обране керівництво ЄС стало керманічем єдиної європейської дипломатії. Більше того, згідно з Договором, з 2014 року країни не будуть мати постійного представництва у Єврокомісії, а всі питання в Раді ЄС будуть вирішуватись простою більшістю голосів (55 % країн, що представляють як мінімум 65 % населення ЄС), а не консенсусом, як раніше. Таким чином, незважаючи на певні труднощі інституційного та економічного характеру, процес євроінтеграції завершився.

Проте залишаються певні проблемні аспекти функціонування єдиного ринку, для їх об'єктивної оцінки Єврокомісія робить щорічне дослідження ефективності «Плану дій зі Спільного ринку» на основі опитування більше ніж 4 тис. представників ділових кіл ЄС. Так, на користь істотної позитивності впливу Спільного ринку на діяльність європейських компаній висловилося лише 3 % опитаних; позитивний вплив відмітили 24 %; 7 % висловили думку як про позитивний, так і негативний вплив; 57 % зазначають, що Спільний ринок взагалі не має впливу на їх діяльність. Негативний і вкрай негативний вплив Спільного ринку на ділову активність зазначило відповідно 6 % і 1 % компаній; 2 % опитаних мали труднощі з оцінкою даної проблеми. Нерівномірно розподіляється думка і між компаніями різного рівня. Позитивний вплив зазначали 41 % великих компаній, 28 % середніх і 23 % малих компаній.

Які ж основні джерела торговельних бар'єрів залишилися у рамках Спільного ринку ЄС? 35 % європейських компаній вказують, що головним джерелом існування торговельних бар'єрів є дефіцит єдиних європейських правил у цій сфері; 25 % – брак інформації про діючі правила; 25 % – дуже складну законодавчу систему; 25 % – зайву старанність у застосуванні національними адміністративними органами різних нормативних положень і 36 % – не володіння адміністративними органами інформацією про діючі положення. Як бачимо, проблеми бюрократичного характеру властиві й ЄС, при цьому вони мають серйозний негативний вплив на успішне впровадження та функціонування теоретичних і законодавчих основ Спільного ринку ЄС. Об'єктивний аналіз ефективності його функціонування дозволяє Єврокомісії значною мірою сконцентрувати свої зусилля на пріоритетних напрямках вдосконалення торгового механізму та інших аспектів функціонування Спільного ринку, максимально враховуючи потреби і міркування його безпосередніх учасників, якими є компанії країн-членів усіх рівнів.

Треба зазначити, що згідно з Маастрихтськими угодами значно посилюється політична взаємодія країн ЄС. Сформовано політичний союз із такими завданнями:

- проводити загальну зовнішню політику та політику в галузі безпеки;
- посилювати роль Європейського парламенту;
- провадити загальну політику в галузі юстиції та внутрішніх справ.

Договір про Європейський Союз встановлює громадянство союзу: всі громадяни країн-членів є громадянами союзу. Кожний громадянин союзу має право:

- вільно пересуватись та проживати на території країн-членів;
- брати участь у голосуванні та балотуватися на муніципальних та європейських виборах в тій країні, де він проживає;
- на захист дипломатичними та консульськими службами будь-якої з країн-учасниць;

– на звернення до Парламенту і до уповноваженого з розгляду скарг тощо.

У цілому Маастрихтські угоди надали Євросоюзу таких функцій:

- створення й управління єдиною валютою;
- координація та контроль у проведенні єдиної економічної політики;
- заснування і захист Спільного ринку на засадах вільної і справедливої конкуренції;
- підтримка рівності з певним перерозподілом коштів між багатшими та біднішими регіонами;
- підтримка законності та правопорядку;
- визначення і розвиток фундаментальних прав і свобод окремих громадян;
- управління єдиною зовнішньою політикою, включаючи сферу закордонних справ і політики безпеки, формування спільної оборонної політики.

У процесі західноєвропейської інтеграції виявилися істотні внутрішні і зовнішні суперечності. Головною причиною внутрішніх суперечностей є нерівномірність господарського розвитку та диспропорції економічної структури за територією, які доцільно розглядати в трьох аспектах:

- 1) з точки зору різниці в ресурсному потенціалі та розвитку окремих країн-учасниць ЄС;
- 2) у рамках економік кожної країни;
- 3) у рамках окремих регіонів Європи.

Відмінності в наявності та стані ресурсного забезпечення, господарської структури, темпах економічного зростання та рівнях економічного розвитку призвели до появи в рамках ЄС трьох груп країн: (1) економічно сильних (Німеччина, Франція, Італія, Великобританія) (2) відносно економічно слабких (Ірландія, Іспанія, Португалія, Греція) та (3) відносно економічно відсталих (нові члени ЄС).

Істотні економічні диспропорції в рамках національних господарств притаманні Італії (високорозвинена північ та менш розвинений південь), Великобританії (відносна економічна

відсталість Північної Ірландії та Уельсу), Франції, Іспанії, Португалії.

Єдина наднаціональна система управління ЄС також породжує певні протиріччя як між ринковою (підприємницькою) та регульованою (державною) сферами, так і між національними та наднаціональними органами управління. Зокрема, незважаючи на декларовану демократизацію процесу прийняття рішень, актуальними для ЄС залишаються такі проблеми, як демократичний контроль над політикою ЄС, розподіл повноважень між органами ЄС, узгодження політики щодо прийняття нових членів.

Зовнішні протиріччя еволюції західноєвропейських інтеграційних процесів виникають у процесі взаємодії чинників регіональної та глобальної інтернаціоналізації. З одного боку, розширення Спільного ринку ЄС є ключовим інтеграційним фактором як на макро-, так і на мікроекономічному (корпоративному) рівнях. З іншого – більшість західноєвропейських фірм пов'язані з американськими та японськими ТНК, які поряд зі своїми національними інтересами реалізують інтереси країн атлантичної та тихоокеанської інтеграції.

Незважаючи на вище означені труднощі, Європейський Союз виявляється найуспішнішим регіональним інтеграційним угрупованням. Прогрес ЄС в економічній інтеграції позиціонує його як привабливий центр приєднання інших країн і угруповань, які бажають укласти довгострокові відносини різного рівня – від отримання певних привілеїв і пільг у торговельних відносинах до членства у ЄС.

У сфері політичних та економічних зв'язків ЄС з країнами-суб'єктами міжнародних відносин зовнішньоекономічні відносини з країнами Середземномор'я розглядаються як «особливі». Вони реалізуються через угоди зі співробітництва, домовленості про повноправне членство, а також угоди про вільну торгівлю. Відносини з Росією та Україною перебувають на етапі переговорних процесів щодо створення двосторонніх зон вільної торгівлі. На сьогодні ЄС набуває ознак центру загальноєвропейських інтеграційних процесів, тому від його інтеграційної політики залежить перебіг європейської континентальної інтеграції. Можна

вважати, що західноєвропейська інтеграція є об'єктивно обумовленим поступальним процесом, що неухильно розвиваючись набув завершених рис. Проте прийняття до ЄС нових членів вимагає суттєвіших інституційних змін – більш масштабних, аніж було необхідно раніше.

23.2. Європейська асоціація вільної торгівлі

Європейська асоціація вільної торгівлі (ЄАВТ – EFTA, European Free Trade Association) була утворена Австрією, Великобританією, Данією, Норвегією, Португалією, Швейцарією, Швецією 1960 р. на Стокгольмській конференції. У 1970 р. до ЄАВТ вступила Ісландія, а у 1986 р. – Фінляндія, яка з 1961 р. була її асоційованим членом. У зв'язку з вступом до ЄС з ЄАВТ вийшли Великобританія і Данія (1973 р.), а пізніше й Португалія (1986 р.).

Як типова зона вільної торгівлі, ЄАВТ мала вирішувати такі основні завдання:

➤ забезпечувати вільну торгівлю промисловими товарами. З 1967 р. було знято мита і кількісні обмеження у взаємній торгівлі (у Фінляндії – з 1968 р., а у Ісландії – з 1980 р.). У торгівлі з іншими країнами діють національні тарифи членів ЄАВТ. Після скасування мит і кількісних обмежень пріоритетним для ЄАВТ стало вирішення проблеми усунення нетарифних бар'єрів за рахунок взаємного визначення технічних випробувань і контролю (з 1984 р.), припинення дублювання технічних випробувань і сертифікації товарів (з 1988 р.);

– спільно вирішувати економічні, науково-технічні проблеми, розвивати зони активності та забезпечувати повну зайнятість;

– створювати умови для якомога повнішого використання ресурсів, сприяти підвищенню продуктивності праці;

– посилювати координацію торговельно-політичних курсів спільно з ЄС та у рамках ГАТТ/СОТ і ОЕСР.

На відміну від ЄС Європейська асоціація вільної торгівлі являє собою регіональне інтеграційне угруповання без органів наднаціонального регулювання зі збереженням суверенітету країн-учасниць. Угодами в межах ЄАВТ передбачається мінімальна

координація цілей та принципів господарської політики країн-учасниць шляхом консультування з ключових економічних, фінансових і соціальних питань та контролю параметрів вільної торгівлі. Важливою особливістю ЄАВТ є те, що режим вільної торгівлі не поширюється на сільськогосподарські товари, з огляду на відмінності в структурі сільськогосподарського виробництва й торгівлі країн-учасниць, розміщення багатьох джерел та ринків збуту за межами ЄАВТ. Регулювання торгівлі сільськогосподарськими товарами здійснюється через тарифні пільги, зафіксовані відповідними двосторонніми угодами, які автоматично поширюються і на всіх інших членів асоціації.

На сьогодні ЄАВТ фактично переживає період розпаду у зв'язку з приєднанням країн-членів ЄАВТ до Європейського Союзу.

24.3. Інтеграційні процеси Східної Європи. Чорноморське економічне співробітництво

Східноєвропейські інтеграційні процеси можна розглядати через формування організації *Чорноморського економічного співробітництва (ЧЕС)*. Розвиток співробітництва між країнами Чорноморського регіону став можливим завдяки епохальним змінам у політико-економічній структурі європейського континенту, відновленню чи зміцненню державності багатьох країн регіону, поширенню демократичних засад соціально-економічного розвитку і міждержавних відносин.

Початок нової ери у житті Чорноморського регіону приурочено до 25 червня 1992 року, коли глави держав одинадцяти країн-учасниць (Азербайджану, Албанії, Вірменії, Болгарії, Грузії, Греції, Молдавії, Румунії, Росії, Туреччини та України) прийняли «Босфорську Заяву» та підписали в Стамбулі (Туреччина) «Стамбульську Декларацію» про Чорноморське економічне співробітництво (The Black Sea Economic Cooperation). ЧЕС засноване на принципах, викладених у Гельсінському заключному акті, Паризькій хартії для нової Європи та на таких суспільних цінностях, як права та свободи людини, процвітання держав завдяки забезпеченню економічних свобод, соціальної рівності та безпеки для всіх країн-учасниць ЧЕС. Принципи, закріплені в Декларації про

ЧЕС, були знов проголошені у заяві, прийнятій на зустрічі на найвищому рівні країн-учасниць ЧЕС, яка відбулася 30 червня 1995 року в Бухаресті, та у Декларації, прийнятій на зустрічі глав держав (або урядів) країн-учасниць ЧЕС 25 жовтня 1996 року в Москві. Усі цілі та принципи, задекларовані у цих трьох документах, повністю відповідають положенням Статуту ООН.

Декларація визначила такі пріоритетні напрями та основні механізми взаємодії в межах ЧЕС, як:

- спрощення візового режиму;
- приведення до загального знаменника митних правил та інструкцій;
- уніфікація податкового режиму;
- заохочення розвитку співробітництва в різних галузях діяльності країн-учасниць ЧЕС, які представляють обоюдний інтерес.

Географія ЧЕС вже вийшла за межі Чорноморського регіону. Ряду країн, які не належать до Чорноморського регіону такі, як Австрія, Єгипет, Ізраїль, Італія, Польща, Словацька Республіка та Туніс, вже надані права участі як спостерігачів у ЧЕС.

Відповідно до положень основного документа ЧЕС – Стамбульської декларації 1992 року – його учасником може стати будь-яка держава, яка поділяє цілі та принципи співробітництва, що закріплені в даній декларації. Статус спостерігача – самостійний і розглядається як проміжний, передуючого отриманню статусу повноправного учасника регіонального економічного об'єднання. Питання про прийняття до ЧЕС та надання статусу спостерігача вирішується консенсусом.

Основне завдання чорноморської інтеграції полягає у створенні режиму вільного руху товарів, послуг і капіталів з метою розширення виробничої кооперації та спільного підприємництва. Для цього, в першу чергу, передбачається модернізація і створення інфраструктурних об'єктів (транспортних та інформаційних комунікацій), створення мережі банків і центрів ділового співробітництва, міжнародних інноваційних фондів. Актуальним завданням є створення міжнародного екологічного центру, включаючи наукові дослідження, екологічну освіту та обмін інформацією. Економічній інтеграції також сприятиме організація підготовки

кадрів для ринкової економіки (міжнародні бізнес-школи, коледжі, діловий туризм). Очікується також, що нове, більш життєздатне економічне середовище регіону полегшить пошук шляхів політичного розв'язання конфліктів. Модель ЧЕС наголошує на поліпшенні стосунків між діловими колами країн-учасниць, сприянні прямим контактам між підприємствами, компаніями та фірмами не лише держав-учасниць ЧЕС, а й країн за межами угруповання.

Загальні цілі створення ЧЕС полягають у наступному:

1) сприянні й заохоченні індивідуальної та колективної ініціативи як важливого фактора вирішення завдань, передбачених Декларацією 1992 року;

2) розвитку конкурентоспроможної ринкової економіки в регіоні Чорного моря;

3) збільшенні потенціалу та інноваційної здатності підприємств та створенні, таким чином, нового виробничого потенціалу для двосторонніх та багатосторонніх ділових контактів.

Специфічність цього міжнародного економічного утворення виражається у наступному: по-перше, ЧЕС як потенційно місткий внутрішній ринок зі значним науково-технічним потенціалом має перспективу стати і ключовим місцем торгівлі між Європою, Близьким Сходом та Азією; по-друге, це перше велике інтеграційне угруповання країн постконфронтаційного етапу розвитку світової економіки, яке може поєднати держави, що до останнього часу розвивалися, маючи різні політичні та економічні установки; по-третє, до ЧЕС увійшли новоутворені незалежні країни – колишні республіки СРСР, які вперше роблять спробу інтегруватися на певній організаційній основі без явного домінування Росії, на відміну, наприклад, від економічного союзу на основі СНД. Крім того, участь у ЧЕС і Росії, і інших колишніх республік СРСР надає певного незалежного колориту взаємовідносинам між країнами-учасницями.

Органи та інститути ЧЕС. Міжурядова частина угоди передбачає створення органу прийняття кінцевих рішень – зустрічі міністрів закордонних справ, які проводяться один раз на півроку, і його допоміжних органів, тобто офіційних засідань та

робочих груп експертів. Такі зустрічі проводяться в порядку ротації головуючого в ЧЕС з метою аналізу співробітництва та встановлення нових завдань. В період свого керівництва головуєчий міністр закордонних справ відповідної країни здійснює загальну координацію діяльності ЧЕС. 28 квітня 1995 року на зустрічі міністрів закордонних справ, що відбулась в Афінах, була запроваджена система «трійки». Для опрацювання поточних питань збираються наради головних посадових осіб.

Для успішного вирішення завдань, що стоять перед ЧЕС, необхідним є більш ефективний організаційний механізм, що забезпечить у комплексі роботу всіх його органів. Сьогодні в ЧЕС сформовані та функціонують більше 11 робочих груп (табл. 22.3), у тому числі з торгівлі та промислового співробітництва, банківської справи та фінансів, статистики, транспорту, зв'язку, енергетики, науки та техніки, екології, сільського господарства, туризму та інших питань.

Керівництво всіма видами співпраці, які «замикаються» на вказаних робочих групах, здійснює Постійний міжнародний секретаріат, штаб-квартира якого знаходиться у Стамбулі. Організаційне забезпечення ЧЕС покладено на Міжнародний секретаріат, що також розташований у Стамбулі.

Таблиця 22.3

Координація діяльності робочих груп країн ЧЕС

<i>Робочі групи</i>	<i>Країни</i>
1. Банківська справа і фінанси	Греція*, Туреччина, Україна
2. Зв'язок	Молдова*, Грузія, Туреччина
3. Залізничний транспорт	РФ*, Албанія, Греція
4. Енергетика	Вірменія*, Молдова
5. Боротьба із злочинністю	Грузія*, РФ
6. Захист навколишнього середовища	Болгарія*, Україна
7. Охорона здоров'я	Грузія*
8. Наука і технологія	Румунія*
9. Туризм	Туреччина*, Болгарія*, Болгарія, Румунія
10. Торгівля та економічне співробітництво	Україна*, Вірменія
11. Транспорт	РФ*, Грузія, Румунія

* Країна координує роботу робочої групи протягом 2-х років.

У рамках ЧЕС засновано Координаційний центр з обміну статистичними даними та економічною інформацією (на базі Турецького інституту статистики). У місті Варна за участі Комісії ЄС створено Регіональний енергетичний центр. Країнами-учасницями також схвалена пропозиція Греції про створення міжнародного центру чорноморських досліджень при фінансовому сприянні ЄС. Болгарія активно підтримує створення в Софії трансрегіонального центру з розвитку транспортної інфраструктури в чорноморському регіоні, оскільки даний регіон має систему найважливіших транспортних артерій. Співробітництво в даній сфері, без сумніву, має стратегічне значення для розвитку товарообігу не тільки у європейському регіоні.

На 4-х зборах міністрів закордонних справ в Салоніках (Греція), що відбулися 30 червня 1994 р., усі країни-учасниці ЧЕС підписали Угоду про заснування Чорноморського банку торгівлі та розвитку (ЧБТР). Угода про заснування банку підписана та ратифікована всіма 11 країнами-учасницями ЧЕС. 24 січня 1997 року ця угода вступила в силу. Функції ЧБТР полягають у наступному:

- сприяти розвитку міжрегіональної торгівлі між країнами-учасницями;
- фінансувати сумісні промислові проекти і виробництва у країнах-учасницях;
- співпрацювати з міжнародними закладами і національними фінансовими агентствами у країнах-учасницях;
- надавати допомогу для розвитку і реформування економіки однієї з країн-учасниць;
- інвестувати проекти в економічній і соціальній сфері країн-учасниць, надаючи державні гарантії.

Фонди, з якими працює ЧБТР, поділяються на звичайні та спеціальні. Звичайні включають: капітал банку, який створюється за рахунок платежу частки згідно з Договором країнами-учасницями про внесення частки у вигляді суми повернених кредитів або гарантій. Спеціальні фонди створюються однією або кількома країнами шляхом залучення фінансових ресурсів з інших фінансових джерел, які не обговорені у Договорі ЧБТР. Початковий

капітал ЧБТР був поділений на 1 млн акцій – 1 мільярд спеціальних прав запозичення (СПЗ) або приблизно 1,5 мільярдів доларів США (за поточним курсом 1 СПЗ дорівнював 1,5 дол. США). Квоти країн-учасниць наступні:

- Росія, Греція, Туреччина (по 16,5 %) – 165000 акцій;
- Україна, Болгарія, Румунія (по 13,5 %) – 135000 акцій;
- Азербайджан, Албанія, Вірменія, Грузія, Молдова (по 2 %) – 20000 акцій.

У червні 1993 року з метою налагодження міжпарламентської взаємодії, надання правової підтримки в реалізації планів, затверджених декларацією зустрічі по ЧЕС, та зміцнення політичної стабільності в регіоні була заснована Парламентська Асамблея Чорноморського економічного співробітництва (ПАЧЕС), членами якої вже є всі країни, що входять до ЧЕС. Крім того, Асамблея покликана сприяти встановленню більш близьких, дружніх стосунків в інших сферах між національними парламентами країн ЧЕС та їх народами, які ґрунтуються на базових принципах демократії.

ПАЧЕС складається з 70 членів, які призначаються національними парламентами на строк не менше 1 року. Квоти країн-учасниць визначені з урахуванням чисельності населення і складають не менше 4 парламентаріїв. Найбільшу квоту має Росія – 12 депутатів, по 9 депутатів мають Україна та Туреччина, 7 – Румунія, 6 – Греція, по 5 – Грузія, Азербайджан, Болгарія, по 4 – Албанія, Вірменія, Молдова. Генеральні сесії ПАЧЕС проводяться два рази на рік за чергою в столицях країн-учасниць. Відповідно до принципу ротації переходить і право головування.

Ділова Рада ЧЕС заснована у червні 1992 року – це орган координації підприємницьких ініціатив, генерування ідей та проєктів співробітництва в регіоні. Вона має статус спостерігача в ЧЕС. Рекомендації та пропозиції Ділової Ради з розвитку співробітництва напрацьовуються на засіданнях представників ділових кіл від країн-учасниць та доповідаються на зустрічах міністрів закордонних справ. Вона підтримує регулярні зв'язки з такими національними асоціаціями комерційної діяльності, як торговельні палати, а також надає допомогу ЧЕС з питань визначення

проектів для приватних та державних інвестицій. Багато в чому позицію Ділової Ради визначає його секретаріат, який знаходиться в Стамбулі.

ЧЕС пропонує певні переваги у супроводі проектів. А саме: підтримку з боку організаційних структур ЧЕС, у тому числі ЧБТР; сприяння, надане Секретаріатами ЧЕС, ПАЧЕС та Ділової Ради. І найголовніше це те, що зацікавлені ділові кола третіх країн мають можливість працювати в рамках міжнародної організації регіонального економічного характеру, що постійно перебуває під наглядом, і чия лінія розвитку визначається з боку глав держав та урядів 11 країн.

З ініціативою створення в Афінах Міжнародного центру чорноморських досліджень як незалежної некомерційної міжнародної установи виступила Греція, яка отримала підтримку, в тому числі й фінансову з боку ЄС. Цей проект схвалений всіма країнами ЧЕС. Головною метою центру, відповідно до схваленого країнами-учасниками мандата, є концептуальне вивчення і розробка пропозицій щодо інтенсифікації багатосторонніх економічних зв'язків у регіоні Чорного моря. Інший блок питань, що входить до сфери діяльності центру, – сприяння впровадженню науково-технічних досягнень у конкретних сферах господарської діяльності відповідно до пріоритетів ЧЕС.

Основні завдання і напрями причорноморського співробітництва полягають у наступному:

- створення режиму вільного руху товарів, послуг, капіталів, що стимулює економічні контакти, розширює межі виробничої кооперації і спільних інвестицій у сфері взаємних інтересів;
- формування інфраструктури бізнесу через створення та розвиток спільних фінансових та інформаційних мереж;
- спільне будівництво об'єктів транспортної інфраструктури, перехід на сучасні транспортно-перевантажувальні і складські технології, розвиток транспортно-експедиторського співробітництва;
- комплексне використання і охорона ресурсів Чорного моря;

– співробітництво в розвитку паливно-сировинної бази регіону, у справі раціонального енергоспоживання, у тому числі спільне фінансування енергетичних проектів, будівництво газо- і нафтопроводів, модернізація нафтопереробних підприємств, будівництво терміналів на березі Чорного моря для прийому нафти і газу, введення в дію нових і реконструкція діючих вугільних підприємств із запровадженням нового покоління гірничих машин, розвитку робіт з використання нетрадиційних джерел енергії;

– реалізація спільних проектів щодо технологічного переобладнання металургійних виробництв країн-учасниць;

– співробітництво в агропромисловому комплексі ЧЗЕС, у тому числі шляхом виробництва техніки для фермерських господарств, переробки шкірсировини; вирощування і переробка деяких сортів зернових;

– розвиток харчової і переробної промисловості;

– участь у конверсії оборонної промисловості через переведення її на масове виробництво високоякісних конкурентоспроможних товарів на базі розукрупнення, демонополізації і приватизації підприємств;

– розвиток сучасної системи телекомунікацій, зокрема реалізація проекту будівництва оптико-волоконної лінії зв'язку між Туреччиною, Болгарією, Румунією та Україною;

– кооперація в розвитку уніфікованої митної системи та вироблення ефективного механізму взаємних розрахунків з можливою орієнтацією на створення в майбутньому Чорноморського платіжного союзу;

– співробітництво в розвитку процесів приватизації підприємств, стимулювання малого і середнього бізнесу тощо.

Підкреслюючи важливість використання потенціалу та сприятливих перспектив розвитку Чорноморського регіону для поліпшення зв'язків країн-учасниць ЧЕС з прилеглими та сусідніми регіонами, глави держав (урядів) на зустрічі в Москві висловили свій намір щодо розвитку подальшого співробітництва у сферах, які представляють обопільний інтерес з такими міжнародними угрупованнями, як Європейський Союз, Організація безпеки та співробітництва в Європі, Європейська економічна

комісія ООН, Рада Європи, Ліга арабських держав, Організація економічного співробітництва та інші, й такими регіональними ініціативами, як Рада держав Балтійського моря, Центральноєвропейська ініціатива. Особливу увагу було приділено питанню розвитку ефективного співробітництва між країнами Чорноморського та Середземного морів та необхідності створення механізму взаємодії країн-учасниць ЧЕС.

Так, країни-учасниці ЧЕС, підтверджуючи свої обов'язки (за Московською Декларацією голів держав та урядів країн-учасниць ЧЕС від 25 жовтня 1996 р., Декларацією-наміром створення вільної зони ЧЕС, що була опублікована у Стамбулі 7 лютого 1997 р., і за Декларацією Ялтинського саміту, від 5 червня 1998 р.), прийняли системний підхід щодо завершення створення зони вільної торгівлі ЧЕС як довгострокової мети і як частини європейської архітектури і, відповідно, визначили пріоритетні цілі, що входять до Плану дій. Основні положення Плану дій полягають у наступному:

1. Створити юридичні й економічні рамки з метою забезпечення процесу, що відповідає двостороннім угодам з вільної торгівлі між країнами-учасницями ЧЕС, відповідним чином коментуючи обов'язки ЄС, СОТ та інших міжнародних угод.

2. Провести порівняльний аналіз існуючих контрактних двосторонніх і багатосторонніх (комерційних) відносин країн-членів ЧЕС з іншими країнами і між собою, ЄС і СОТ.

3. Проаналізувати зовнішньоторговельне законодавство країн-членів, що стосується виробництва товарів з метою визначення існуючих тарифних та нетарифних перепон і надати рекомендації з успішного їх визначення.

4. Зберегти як початковий пункт традиційний рух товарів сільського господарства для того, щоб зовсім його не знищити; проаналізувати існуючі можливості і майбутні перспективи з торгівлі іншими товарами між країнами-членами з метою майбутнього розширення торгівлі шляхом прогресивного преференційного ставлення на взаємовигідній основі в рамках зони вільної торгівлі.

5. Почати і закінчити процес вступу до СОТ та відповідні організації; допомогти тим, хто знаходиться в процесі вступу, поділитися досвідом та інформацією, які в кінцевому підсумку приведуть національні законодавчі системи відповідно до угод ГАТТ 1994 р. з торгівлі товарами та послугами.

6. Поступова гармонізація митного, зовнішньоторговельного законодавства щодо підтримки конкурентоспроможності країн-учасниць, а також здійснити необхідні кроки з метою розробки відповідних правил поведіння у рамках зони вільної торгівлі.

7. Покращити процедуру сертифікації з метою посилення взаємного визнання сертифікатів відповідності і, як довгострокова мета, гармонізації стандартів.

8. Створити тісне співробітництво між закладами статистики країн-учасниць і сприяти активному та довгостроковому співробітництву з Центром з обміну статистичних баз даних і економічної інформації ЧЕС, включаючи розвиток статистики на гармонічній основі.

9. Покращити систему прикордонних перевезень і сприяти руху товарів і послуг через кордони, включаючи транзитні перевезення.

10. Підтримувати розвиток прикордонної торгівлі, де можливо, як додатковий захід з розширення торговельних відносин у рамках ЧЕС.

11. Взятися до складання двосторонніх угод між країнами-учасницями ЧЕС із заохочення та захисту іноземних інвестицій та уникнення подвійного оподаткування, заходів з розвитку механізмів, що сприяють обміну технологіями.

12. Реформувати і модернізувати економічну та соціальну структури, віддаючи пріоритет прийняттю програм технічної підтримки середніх і малих підприємств з метою повного використання можливостей, що виникають на території вільної торгівлі, і створити відповідні інституційні і регулюючі рамки для розвитку ринкової економіки.

Регіональне утворення ЧЕС можна розглядати і як додаткове торговельне угруповання, яке готує країни-учасниці до поступової інтеграції у ЄС. Отже, проект створення зони вільної торгівлі є

дуже важливим не тільки через можливість отримання економічного зиску країнами-учасниками, але й тому, що цей крок може зробити ЧЕС частиною розширеного економічного простору Європи. На цьому шляху першочерговою потребою для країн-учасниць є структурна реорганізація економік, викликана конкуренцією національних господарств на регіональному рівні, яка підвищить їх здатність швидко адаптуватися у майбутньому до європейської конкуренції і торговельної лібералізації.

Загальна оцінка перетворення Чорноморської ініціативи у повномасштабну регіональну економічну організацію (у результаті підписання 4–5 червня 1998 року Статуту організації ЧЕС) дає підстави вважати, що процеси що відбуваються у чорноморському регіоні, є важливою політичною та економічною складовою європейських інтеграційних процесів.

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Мета та зміст Паризької угоди 1954 року?
2. Сутність та зміст Римського договору 1958 року?
3. Митний союз країн-членів ЄС: цілі та завдання?
4. Європейський акт та Єдиний внутрішній ринок?
5. Європейський економічний простір та Маастрихтська угода?
6. Амстердамський договір та Шенгенська угода?
7. Ніццький договір та інституційний устрій ЄС?
8. Конституція ЄС?
9. Внутрішні і зовнішні суперечності західноєвропейської інтеграції?
10. Європейська асоціація вільної торгівлі: етапи створення та перспективи?
11. Чорноморське економічне співробітництво: цілі, завдання та перспективи розвитку?
12. Органи та інститути ЧЕС?

ГЛАВА 24

ЄВРАЗІЙСЬКІ ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

24.1. Співдружність Незалежних Держав (СНД)

Співдружність Незалежних Держав (СНД) було створено як регіональне співтовариство держав відповідно до підписаної в Мінську угоди про створення СНД, Алматинською декларацією та протоколом до Мінської угоди. СНД виникла внаслідок розпаду СРСР на пострадянському економічному просторі. Угоду про створення СНД було підписано керівниками Білорусі, Росії і України у грудні 1991 року. Пізніше до угоди приєдналися інші республіки бувшого СРСР, за виключенням Латвії, Литви та Естонії. Таким чином, до початку 2004 р. до складу СНД входили 12 нових незалежних країн: Азербайджан, Армения, Білорусь, Грузія, Казахстан, Киргизія, Молдова, Росія, Таджикистан, Туркменістан, Узбекистан і Україна. Частка сукупного випуску країн СНД у світовому ВВП наприкінці 1990-х рр. становила 3 %. При створенні СНД країни-засновники мали на меті такі завдання: (1) провести процедуру ліквідації СРСР, розподілу союзної спадщини, отримання повного суверенітету і міжнародного визнання з найменшими витратами; (2) створити на базі колишніх союзних республік спільний економічний, науково-технічний, інформаційний і гуманітарний простір. Для виконання цих завдань було створено організаційну структуру СНД, яка складає: Раду глав держав, Раду глав урядів, Міждержавний економічний комітет, Раду міністрів іноземних справ, Раду міністрів оборони, Верховне командування об'єднаних збройних сил СНД, Раду керуючих прикордонними військами, Міждержавний банк, Виконавчий секретаріат.

Кожна з країн сподівалася на досягнення власної мети, хоча були задекларовані й загальні цілі інтеграційного утворення, а саме:

- Обов'язкове виконання взятих на себе у рамках СНД міжнародних зобов'язань;
- невторчання у внутрішні справи;

- дотримання територіальної цілісності та недоторканості границь СНД;
- обов'язкове дотримання міжнародних норм у сфері прав людини та основних принципів дотримання прав національних меншин;
- об'єктивне відображення суспільно-політичного життя у засобах масової інформації країн-членів, недопущення розповсюдження повідомлень, які можуть спричинити міжнаціональні конфлікти;
- заборона діяльності політичних партій та угруповань, що оснований на ідеях фашизму, расизму, міжнародних конфліктах тощо.
- Проте у російських підручниках² основні цілі співробітництва Росії в рамках СНД викладено як наступні:
 - збереження і укріплення геополітичних позицій Росії у сучасному світі;
 - забезпечення доступу до сировинних ресурсів інших країн СНД;
 - збереження власних позицій на ринках готової продукції країн СНД;
 - СНД залишається «полем» діяльності російського капіталу і його можливої експансії у майбутньому (мається на увазі діяльність російських транснаціональних фінансово-промислових груп, банків, підприємств з участю російського капіталу);
 - СНД має важливе значення з точки зору функціонування російської інфраструктури транспорту і зв'язку (нафто- і газопроводи, залізничні шляхи, авіатраси), що проходять по території певних країн СНД;
 - гуманітарні цілі: збереження традиційної свободи переміщення громадян у рамках СНД, збереження і укріплення загального культурного, виховного інформаційного простору; підтримка російськомовного населення за кордоном; забезпечення недискримінації,

² Зокрема у підручнику за ред. Б. М. Смітєнка (Международные экономические отношения: учебник. – М: ИНФРА-М, 2005.

попередження масової міграції населення у Росію із інших країн СНД, координація дій у боротьбі із злочинністю.

Оскільки залишається суттєвою залежність «інших країн СНД» від паливно-енергетичного і промислового комплексу Росії, а також зацікавленість в експортних поставках власної (зокрема сільськогосподарської) продукції на внутрішній ринок Росії, вважається, що кожна з нових незалежних країн зацікавлена у співробітництві в рамках СНД. Підставою для таких висновків є укладання ряду угод, що були підписані країнами-членами СНД:

- вересень 1993 р. – Договір про створення Економічного Союзу, до складу якого увійшли всі країни СНД за виключенням України, що є її асоційованим членом;

- квітень 1994 р. – Угода про створення зони вільної торгівлі (підписана всіма 12 країнами-членами СНГ);

- січень 1995 р. – Угода про створення Митного союзу, до якого увійшли Білорусь, Казахстан, Киргизія, Росія і Таджикистан;

- жовтень 2000 р. Договір про утворення Євразійської економічної співдружності (ЄврАзЕС).

Треба зазначити, що у хронології прийняття цих документів міститься певна суперечність і непослідовність з точки зору логіки здійснення регіональних інтеграційних процесів (спочатку створення зони вільної торгівлі, потім – Митного союзу, спільного ринку і наприкінці – Економічного і Валютного союзу). У СНД спочатку усіма країнами було підписано Договір про створення Економічного союзу, потім – зони вільної торгівлі. До Євразійської економічної співдружності приєдналося лише 5 країн.

Хоча Україна є співзасновницею СНД, але Статут організації Україною досі не ратифіковано, тому формально Україна залишається лише спостерігачем і не є членом СНД. До того ж 14 серпня 2008 парламент Грузії прийняв рішення залишити СНД, і, згідно зі Статутом СНД, 18 серпня 2009 Грузія офіційно перестала бути членом Співдружності.

З моменту підписання Договору про створення СНД опрацьовувались питання щодо організації співробітництва, перш за все, із зовнішньої, економічної та фінансової політики. Як вже

зазначалося вище, у 1993 р. країни-члени підписали угоду про створення Економічного союзу, якою передбачався вільний рух товарів, послуг, капіталів та робочої сили, реалізація скоординованої політики (грошова і кредитна системи, ціни і податки, бюджетні питання, митна і валютна сфери), підтримка вільного підприємництва, сприяння сумісного виробництва і координація господарського законодавства.

Головними цілями Економічного союзу були визначені наступні:

- формування умов стабільного розвитку економік країн-учасниць;
- поетапне створення загального (спільного) економічного простору на основі ринкових відносин;
- забезпечення рівних можливостей для всіх господарських суб'єктів;
- реалізація спільних економічних проектів;
- вирішення актуальних соціально-економічних завдань.

Домовленості країн у межах Економічного союзу СНД були зорієнтовані на поетапне забезпечення вільного руху товарів, послуг, капіталів, робочої сили. Зокрема, перспективним планом інтеграційного розвитку СНД передбачалося створення зони вільної торгівлі, митного та платіжного союзів. З 1994 р. діє Міждержавний економічний комітет (МЕК), до президії якого увійшли віце-прем'єри країн-учасниць. Робочим органом МЕК є Колегія з уповноваженими представниками від кожної країни. Найбільша інтеграційна динаміка притаманна взаємовідносинам Росії, Білорусі і Казахстану (договір 1994 – 1995 рр. про вільну торгівлю і митний союз) з підключенням Туркменістану та Узбекистану.

На початок XXI ст. СНД переживає непрості часи внаслідок непослідовності дій і суттєвих відмінностей в інтересах багатьох країн-членів. Співдружність достатньо успішно виконала перше завдання – мінімізувати політичні втрати становлення суверенітету колишніх союзних республік. Проте створення ефективно діючої економічної Співдружності та реальне здійснення в її рамках процесу міжнародної економічної інтеграції поки не вдається. Цю проблему обумовлено тим, що починаючи з 1991 р. відбувалося

одночасне поглиблення двох процесів: 1) розпад СРСР з наступними для економік нових незалежних країн негативними наслідками, 2) структурна деформація економік, пов'язана з переходом усіх країн-членів від централізованого до ринкового господарства. Результатом цих процесів стало різке скорочення взаємних економічних зв'язків країн-членів СНД. На початку 2000-х років їх взаємний товарообіг скоротився зі 138 млрд (1990 р.) до 59 млрд дол., при цьому падіння товарообігу у 1,5–2 рази випереджало скорочення виробництва. Якщо у 1990 р. до міжреспубліканського товарообігу було залучено $\frac{1}{4}$ ВВП (у кордонах СРСР), то на початок 2000-х рр. – менше $\frac{1}{10}$.

Окрім тенденції зменшення обсягів взаємної торгівлі і порушення внутрішньоекономічних зв'язків між країнами-членами Співдружності, висвітлюються й інші негативні тенденції:

- у багатьох країнах СНД відбувається зміна пріоритетів у сфері зовнішньоекономічної діяльності з переорієнтацією на ринки третіх країн (наприклад, на початок 2000-х рр. частка російських інвестицій в Україні становила лише 4 %, США – 21 %, Німеччини – 13 %);

- провідні постіндустріальні країни (зокрема США і Німеччина) та їх економічні і воєнно-політичні угруповання (ЄС, НАТО), а також певні міжнародні фінансово-економічні організації проводять селективну політику стосовно деяких країн (Україна, Грузія), посилюючи суперечності у міждержавних відносинах країн-членів СНД;

- поглиблюється розрив за рівнем соціально-економічного розвитку країн СНД, збільшуються розбіжності у господарських механізмах на шляху до ринкової економіки;

- зростають зовнішні борги, виплата яких стає все більш проблематичною;

- у рамках Співдружності створилися субрегіональні об'єднання: Центральнo-Азіатський Союз (Казахстан, Киргизія, Узбекистан, Таджикистан), угруповання ГУАМ (Грузія, Україна, Азербайджан, Молдова).

І хоча де-юре СНД існує як інтеграційне утворення, незначеними залишаються подальші цілі та пріоритети сумісного

функціонування країн-членів. До того ж, прийняті в рамках Співдружності рішення нерідко не виконуються. Так, у рамках СНД прийнято більше 1000 різноманітних документів, у т.ч. концептуального характеру (наприклад, «Концепція економічного інтеграційного розвитку», 1997 р.), проте країни досі не прийшли до моделі економічної взаємодії, яка б влаштовувала усіх учасниць інтеграції та була б ефективною у сучасних умовах світового економічного розвитку. Досі не розроблені правові та організаційні аспекти співробітництва, відсутня єдина зовнішня політика стосовно третіх сторін, посилюється міждержавна конкуренція і субрегіональні інтеграційні процеси.

Слід зазначити, що інтеграційні процеси в межах СНД розвиваються в умовах погіршення економічного стану країн-учасниць. Важливим є розуміння того, що в межах СНД відбувається не просто реінтеграція колишнього Радянського Союзу на новій, переважно економічній (а не політичній) основі, а й становлення нових незалежних держав у трансформованому геоекономічному просторі. За масштабами і глибиною ця проблема потребує окремих досліджень, які започатковані економістами і політологами із країн СНД. Необхідно також зауважити, що геоекономічне положення країн СНД формує їх різноспрямовану інтеграційну мотивацію: участь з 1992 р. Азербайджану, Киргизії, Туркменістану, Узбекистану, Казахстану (спостерігач) в Організації економічного співробітництва (ОЕС), членами якої є Іран, Пакистан, Туреччина; двостороння інтеграція Молдова – Румунія; тяжіння окремих регіонів України до Польщі та Угорщини, а Росії – до Японії та Китаю. Можливим є виникнення інтеграційних об'єднань на галузевій основі, наприклад об'єднання Росії, Казахстану, Туркменістану та Узбекистану в організацію виробників та експортерів нафти і газу. Проте, якщо брати за основу ту чи іншу модель розвитку СНД, то на масштаби і глибину інтеграції вирішальний вплив справлятиме цільоспрямована політика Росії.

Розпад СРСР та розрив єдиного економічного простору сприяли поглибленню й без того тяжкої економічної кризи, яку переживали країни СНД. За оцінками, від налагодження та

підтримання взаємних інтеграційних зв'язків у Росії залежить 30–35 % обсягу національного виробництва промислової продукції. Україна у випадку розриву таких зв'язків втрачає 80–85 % обсягу промислового виробництва. Економічні перетворення, що проводяться в нових незалежних країнах, породили необхідність відпрацювання нового ринкового механізму підтримання виробничо-господарських зв'язків, трансформації їх у міждержавні. Торговельно-економічні відносини в цих умовах необхідно координувати з тими соціально-економічними реформами, до яких приступили країни СНД. Разом з тим, незважаючи на безальтернативність інтеграції, чекати на позитивні зміни, пов'язані з формуванням Економічного союзу країн СНД, в недалекому майбутньому не доводиться. Це пояснюється тим, що на даний момент пов'язати воєдино суперечливі інтереси на багатосторонній основі досить складно, зокрема через різноспрямованість політичних дій окремих держав СНД. Поки що потреба у відновленні та розвитку інтеграційних зв'язків визначається для більшості країн СНД, перш за все, їх залежністю від поставок паливно-енергетичних ресурсів, лісоматеріалів, мінеральної сировини, хімічних продуктів, а також коопераційними зв'язками у сфері машинобудівної, радіоелектронної, оборонної промисловості. У той же час тяжкий стан наукових та виробничих потенціалів колишніх суб'єктів СРСР зумовлює негативне ставлення кожного з них до ролі технологічного донора, і як наслідок – відсутність головної передумови до інтеграції. Країнам-учасницям важливо вже в недалекому майбутньому розробити свої зовнішньоекономічні концепції, розставити пріоритети у сфері міжнародного співробітництва, визначити механізми поєднання інтеграційного процесу в СНД з більш глибоким включенням до міжнародного поділу праці з іншими регіонами світу. Спільні зовнішньоекономічні дії та скоординована позиція необхідні й у відносинах країн СНД з міжнародними економічними та фінансовими організаціями. Формування нової регіональної системи взаємних зв'язків зараз можливе лише на основі нового економічного механізму взаємодії, що відповідає новому, суверенному статусу країн Співдружності. Такий механізм знаходиться поки що на стадії становлення, і

пояснюється це відсутністю якісних уявлень про реальний потенціал міждержавних зв'язків в СНД.

Успішне проведення економічних перетворень у країнах СНД неможливе без розробки та здійснення скоординованої реформи законодавства. Якщо учасники СНД бажають поживавити торгівлю, стимулювати капіталовкладення, їх законодавство має стати не тільки привабливим для бізнесу, але й уніфікованим. Зараз окремі частини законодавства країн-учасниць не відповідають одне одному, а закони та реальне буття не відповідають одне одному. Проблема посилюється неузгодженістю різних зарубіжних рекомендацій. Ці тенденції можуть призвести до несумісності законодавчих систем країн СНД. Забезпечення правової бази інтеграційних заходів потребує суттєвого збільшення ролі Міжпарламентської Асамблеї як органу, покликаного розробляти модельні законодавчі акти та досягати зближення чинного законодавства держав, що підписали Угоду про Економічний союз.

Фундаментальні зміни суспільної структури постсоціалістичних країн внаслідок відродження інституту приватної власності призвели до створення нестабільного і незбалансованого у життєвих інтересах соціуму. Їх уразливість обумовлено зростанням рівня безробіття, зменшенням чисельності населення, погіршенням стану здоров'я і якості життя населення і все ще несформованого середнього класу – лояльної до влади усталеної соціально-політичної більшості. У результаті у суспільстві накопичується потенціал політичного протистояння. Духовні ідеали розмиті, тенденція поляризації суспільства набуває усе більш виразної форми (прикладом можуть бути Україна, Грузія і Киргизія). Тому для забезпечення сталого розвитку всіх пострадянських країн рішення проблем соціальної справедливості стає все більш важливим. У цьому сенсі для України найбільш актуальним є пріоритет рамкового зобов'язання 2-ї Копенгагенської конференції із соціального розвитку у відношенні боротьби з бідністю як передумови забезпечення усталеного розвитку.

Треба підкреслити, що інтеграційні процеси сприяють зростанню добробуту окремих націй лише у тому випадку, коли у наявності існує потенціал економічного зростання – працездатне

висококваліфіковане населення, природні і мінерально-сировинні ресурси, достатній рівень технологічного розвитку і організації труда, культурна спадщина і ряд інших чинників матеріального і етичного характеру. Саме вони визначають ступінь і засоби залучення національних господарств у процеси міжнародного розподілу труда, виробництва і споживання світових продуктів і ресурсів. Адекватно розроблені стратегії і пріоритети національного розвитку здатні покращити перспективи економічного зростання і зайнятості, забезпечити якісне зростання трудових і збереження природних ресурсів.

Збалансований підхід до вирішення соціальних, екологічних і політичних проблем розвитку євразійських країн має складати комплексне використання системи взаємопов'язаних регулюючих інструментів, економічних стимулів і соціальних мотивацій ефективного господарювання і міждержавних економічних відносин. Науковий раціоналізм і прагматизм національного господарювання, який синтетично охоплює соціальні, фінансово-економічні і екологічні проблеми і цілі розвитку на основі формування національної ідеї виживання і відродження має стати методологічною підставою концепції національного сталого розвитку в умовах світової глобалізації.

Гармонізація економічної, екологічної і соціальної політик для забезпечення зростання добробуту включає такі взаємопов'язані дії:

- 1) збалансування пріоритетів розвитку в економічній, екологічній і соціальній сферах;
- 2) визначенні різнотермінових стратегічних пріоритетів на світовому, національному і регіональних рівнях;
- 3) ідентифікації оцінок успіху;
- 4) моніторингу виконання поставлених завдань.

Зміна цільових настанов розвитку постіндустріальних країн з обмеження економічного зростання на його інтенсифікацію потребує гармонізації кореспондуючих національних пріоритетів, сутнісних критеріїв і принципів забезпечення сталого розвитку країн СНД на основі усвідомлення сучасних викликів їх розвитку у глобальному економічному просторі.

24.2. Євразійське економічне співтовариство (ЄврАзЕС)

ЄврАзЕС створено на основі Митного союзу Білорусі, Казахстану, Киргизії та Росії (1995 р.) для ефективного просування процесу формування державами-учасниками Єдиного економічного простору (ЄЕП), координації їхніх підходів до інтеграції у світову економіку і міжнародну торговельну систему. Це міжнародна економічна організація, наділена функціями, пов'язаними з формуванням загальних зовнішніх митних кордонів країн-засновників (Білорусь, Казахстан, Киргизія, Росія і Таджикистан), виробленням єдиної зовнішньоекономічної політики, тарифів, цін та інших складових функціонування єдиного ринку. Спостерігачами ЄврАзЕС є Вірменія, Молдова і Україна.

З ініціативою перетворення Митного союзу в нову міжнародну економічну організацію в травні 2000 р. виступив президент Росії Володимир Путін. 10 жовтня 2000 р. в Астані президенти Білорусі, Казахстану, Киргизії, Росії й Таджикистану підписали Договір про заснування Євразійського економічного співтовариства. У грудні 2003 року ЄврАзЕС був наданий статус спостерігача при Генеральній Асамблеї ООН.

У вересні 2005 р. прем'єр-міністри країн ЄврАзЕС підписали в Душанбе базовий документ щодо формування паливно-енергетичного балансу держав співтовариства, проект угоди про регулювання поставок зерна на ринки співтовариства, а 7 вересня 2005 р. у Санкт-Петербурзі на саміті ЦАС було ухвалене рішення об'єднати організацію «Центральноазіатське співробітництво» з ЄврАзЕС. У листопаді 2005 р. почала свою роботу Рада з фінансово-економічної політики ЄврАзЕС.

На позачерговому засіданні Міждержавної ради ЄврАзЕС у Санкт-Петербурзі 24 січня 2006 р. був підписаний протокол про приєднання Узбекистану до співтовариства. На Мінському саміті країн ЄврАзЕС (червень 2006 р.) було ухвалене рішення щодо подальшої роботи з формування Митного союзу, яке буде проходити на базі ЄврАзЕС із урахуванням напрацювань проекту ЄЕП. Організаційні структури з формування ЄЕП діють на площадці Секретаріату ЄврАзЕС. Доцільність такого рішення була продик-

тована тим, що цілі та завдання ЄврАзЕС і СЕП ідентичні – створення спільного ринку й єдиного економічного простору.

2 листопада 2006 р. парламент Казахстану ратифікував протокол до угоди між урядами Росії, Білорусії, Казахстану, Киргизії й Таджикистану про взаємні безвізові поїздки громадян. Відповідно до умов протоколу при збереженні безвізового режиму між державами-членами ЄврАзЕС вводиться єдиний перелік документів для переміщення громадян згаданих держав територією співтовариства. 6 жовтня 2007 р. в Душанбе пройшов саміт Співтовариства, на якому була прийнята концепція Митного союзу Росії, Казахстану та Білорусії. План дій щодо формування Митного союзу розрахований на три роки. Також було ухвалене рішення про формування наднаціонального органу – комісії Митного союзу. Росія одержала в неї 57 % голосів, а Казахстан і Білорусь – по 21,5 %.

Органи управління ЄврАзЕС включають:

- Міждержавну раду;
- Інтеграційний комітет;
- Міжпарламентську асамблею;
- Суд співтовариства.

Вищим органом управління ЄврАзЕС є **Міждержавна рада**, до складу якої входять глави держав і урядів. Міждержавна рада розглядає принципові питання, пов'язані спільними інтересами держав-членів Співтовариства, визначає стратегію, напрями та перспективи розвитку інтеграції та приймає рішення, спрямовані на реалізацію завдань ЄврАзЕС. Міждержавна Рада на рівні глав держав збирається не частіше одного разу на рік і на рівні глав урядів не частіше двох разів на рік. Виконання рішень Міждержавної ради відбувається шляхом прийняття необхідних національних нормативно-правових актів відповідно до національного законодавства.

Виконавчий орган Євразійського економічного співтовариства – **Інтеграційний комітет**. Основними функціями Інтеграційного комітету є забезпечення взаємодії органів ЄврАзЕС, контроль за реалізацією рішень, прийнятих Міждержавною радою, підготовка пропозицій щодо формування бюджету Співтовариства й контроль за його виконанням. До складу Інтеграційного

комітету входять заступники глав урядів. У період між засіданнями Інтеграційного комітету поточну роботу Співтовариства забезпечує **Комісія постійних представників**, призначуваних главами держав. **Секретаріат Інтеграційного комітету** здійснює організаційне й інформаційно-технічне забезпечення діяльності Міждержавної ради та Інтеграційного комітету. Дві третини персоналу Секретаріату перебувають у Москві, одна третина – в Алма-Аті.

У Міждержавній раді рішення приймаються консенсусом, в Інтеграційному комітеті, радах і комісіях при них – більшістю у дві третини голосів. Кількість голосів при прийнятті рішень відповідає внеску кожної країни-члена до бюджету Співдружності: Росія має 40 голосів, Білорусь, Казахстан і Узбекистан – по 15, Киргизія і Таджикистан – по 7,5 голосів. У випадку, якщо за прийняття рішень проголосували п'ять з шести сторін, але при цьому не набрано більшості у дві третини голосів, то питання передається на розгляд Міждержавної ради.

Міжпарламентська Асамблея ЄврАзЕС – це орган міжпарламентського співробітництва держав-членів співтовариства. Основною метою діяльності Асамблеї є правове забезпечення функціонування ЄврАзЕС і гармонізація (зближення, уніфікація) законодавств держав-членів співтовариства, приведення його у відповідність із договорами, укладеними в рамках ЄврАзЕС.

Асамблея формується з парламентаріїв, що делегуються парламентами держав Співтовариства. Чисельність парламентських делегацій становить:

- Республіка Білорусь – 14 парламентаріїв;
- Республіка Казахстан – 14;
- Киргизська Республіка – 7;
- Російська Федерація – 28;
- Республіка Таджикистан – 7.

Число представників від Узбекистану поки не визначено.

Засідання Міжпарламентської Асамблеї ЄврАзЕС проходять у Санкт-Петербурзі.

Суд Співтовариства покликаний забезпечувати однакове застосування державами-членами діючих у рамках ЄврАзЕС

договорів та інших нормативних актів. До формування Суду Співтовариства його функції покладені на Економічний Суд СНД.

До основних завдань Співтовариства входить:

- завершення оформлення у повному обсязі режиму вільної торгівлі, єдиного митного тарифу і єдиної системи заходів нетарифного регулювання;
- встановлення загальних правил торгівлі товарами і послугами та їх доступу до внутрішніх ринків;
- введення уніфікованого порядку валютного регулювання і валютного контролю;
- створення загальної уніфікованої системи митного регулювання;
- розробка і реалізація сумісних програм соціально-економічного розвитку;
- створення рівних умов для виробничої і підприємницької діяльності;
- формування спільного ринку транспортних послуг і єдиної транспортної системи;
- формування загального енергетичного ринку;
- надання громадянам країн Співтовариства рівних прав в отриманні освіти і медичної допомоги на всій території Співтовариства;
- наближення і гармонізація національного законодавства;
- забезпечення взаємодії правових систем країн ЄврАзЕС з метою створення спільного правового простору у рамках Співтовариства.

ЄврАзЕС – відкрита до співпраці організація, членом якої може стати будь-яка країна, яка не лише прийме на себе зобов'язання Договору (від 10 жовтня 2000 р.), а й інших, діючих у рамках Співтовариства угод за переліком, визначеним рішенням Міждержавної Ради ЄврАзЕС. Статус спостерігача може отримати країна чи міжнародна (міжурядова) організація за їх проханням. Спостерігач має право бути присутнім на відкритих засіданнях органів ЄврАзЕС, виступати на цих засіданнях, зазнайомитись за необхідністю з відкритими документами і рішеннями. Цей

статус не дає право голосу при прийнятті рішень на засіданнях органів і права підпису відповідних документів ЄврАзЕС.

Бюджет Співтовариства розробляється Інтеграційним комітетом за узгодженням з країнами Співтовариства і затверджується Міждержавною Радою. Бюджет формується за частковими внесками.

Основні пріоритети в діяльності Співдружності на найближчу перспективу полягають у наступному:

– **у сфері транспорту** – вирішення проблеми єдиних тарифів, збільшення вантажопотоків, спрощення митних процедур, завершення внутрідержавних процедур за підписаними угодами, створення транснаціональних транспортно-експедиційних корпорацій;

– **у сфері енергетики** – сумісне освоєння гідроенергетичних комплексів Центральної Азії і рішення проблем постачання електроенергії і водокористування, вихід на єдиний енергетичний баланс;

– **у сфері трудової міграції** – соціальний захист мігрантів, створення дієвої системи регулювання і контролю міграції трудових ресурсів, боротьба з міграцією злочинності, рішення проблем, пов'язаних зі сплатою податків мігрантами і роботодавцями;

– **у сфері аграрно-промислового комплексу** – узгодження сільськогосподарської політики країн Співтовариства, формування єдиного продовольчого ринку, скорочення витрат на транспортування, збереження, реалізація сільськогосподарської продукції, створення нових ринкових інститутів у цій сфері (страхових, банківських, лізингових тощо).

У відповідності з міжурядовою угодою громадяни країн-членів Співтовариства, незалежно від місця постійного проживання, мають право в'їздити, виїздити, слідувати транзитом, пересуватися і перебувати на території країн ЄврАзЕС без віз. До того ж зараз у Співдружності діє спрощений порядок надання громадянства. Оскільки міждержавна угода, яка регламентує цей порядок, належить до міжнародних угод, то згідно з міжнародними правилами вона має пріоритет над відповідними національними правовими актами.

Відповідно до підписаної угоди будь-який громадянин кожної з країн-членів Співтовариства має прав вступу до будь-якого

цивільного вищого навчального закладу країни ЄврАзЕС на тих же підставах, що й громадяни країни, на території якої розташовано цей ВНЗ.

Вигоди від участі країн у ЄврАзЕС полягають, насамперед, у тому, що ділова активність і підприємництво розвиваються у рамках єдиного економічного простору, режим функціонування якого підтримується завдяки уніфікації національних законодавств країн-членів Співтовариства і створення рівних умов для суб'єктів господарювання, що діють у цьому просторі. При переміщенні товарів і послуг, вироблених на території ЄврАзЕС, через внутрішні кордони не стягуються мита. За рахунок зниження трансакційних витрат товари, вироблені на території країн ЄврАзЕС, стають більш конкурентоспроможними відносно товарів третіх країн. Певну позитивну роль відіграє можливість використання наявного потенціалу інноваційних технологій та інтелектуальних ресурсів країн Співдружності.

Проте слід зауважити, що порівняно з іншими регіональними інтеграційними угрупованнями (табл. 22.4) успішність в економічному розвитку ЄврАзЕС наближується за макроекономічними показниками до Південно-Африканського Союзу (СНД за рівнем ВВП на душу населення – майже у 2 рази відстає).

Таблиця 22.4

Макроекономічні показники Євразійських інтеграційних утворень порівняно з окремими суб'єктами МЄВ

<i>Регіональний блок</i>	<i>Площа (тис. км²)</i>	<i>Населення (млн)</i>	<i>ВВП (млн дол.)</i>	<i>ВВП на душу населення (дол.)</i>	<i>Країни-учасниці</i>
СНГ	21 438	272,9	1 661 429	6,088	10
ЄврАзЕС	20 789	208,1	1 689 137	8 118	6
Південно-Африканський митний союз	2 693	51,06	541 433	10 605	5
ЄС	4 325	496,2	12 025 415	24 235	27
НАФТА	21 588	430,5	12 889 900	29 942	3
Росія	17 075	143,8	1 723 000	12 100	–

Найбільш об'єктивний показник добробуту – ВВП на душу населення – свідчить про те, що маючи певний економічний потенціал (населення і територія) ці регіональні утворення за рівнем економічного розвитку відстають від найбільш успішних НАФТА і ЄС у 4–5 і 3–4 разів, відповідно. Також треба зазначити, що за економічними показниками розвитку Росія відіграє провідну роль у цих регіональних організаціях.

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Основні етапи становлення СНД.
2. Цілі і завдання співпраці країн-учасниць СНД.
3. Негативні тенденції у відносинах країн-учасниць СНД.
4. Потенціал розвитку зовнішньоекономічних зв'язків у рамках СНД та з третіми країнами.
5. Мета і завдання створення ЄврАзЕС.
6. Інституційна структури і протокол взаємодії між країнами-членами ЄврАзЕС.
7. Пріоритети в діяльності ЄврАзЕС за сферами економічної співпраці.
8. Місце євразійських інтеграційних утворень у світовому господарстві та їх роль у світових інтеграційних процесах.

ГЛАВА 25

ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В АМЕРИЦІ ТА АЗІАТСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКОМУ РЕГІОНІ

Сучасна картина світового інтеграційного процесу збагачується новими явищами, котрі спричинені змінами в системі світогосподарських зв'язків і виникненням відповідних передумов для формування інтеграційних угруповань у різних регіонах світу. Північноамериканська економічна інтеграція зумовлена глобальними змінами в системі світових господарських зв'язків, що набули характеру стійкої планетарної тенденції. Вона є продуктом прогресуючого процесу інтернаціоналізації господарського життя, взаємопроникнення і взаємопереплетення національних економік, значна частина яких перетворилася в потужні продуктивні сили, що переросли можливості внутрішнього сукупного попиту й активно шукають нових ринків (товарів, послуг, капіталів, новітніх технологій) за межами власних державних кордонів.

25.1. Північноамериканська зона вільної торгівлі (НАФТА)

Північноамериканська економічна інтеграція є також результатом входження світового господарства в якісно новий етап розвитку, на якому зовнішньоекономічні зв'язки втрачають свою допоміжну відносно політики роль і перетворюються на самостійний, навіть вирішальний фактор існування (точніше – виживання) світового співтовариства та обумовлюють зовнішньополітичні стратегії. У такому просторі роль Північної Америки визначається тепер уже не силою впливу США на світогосподарські зв'язки, а силою спільних потенційних можливостей трьох по своєму великих національних економік Північноамериканського континенту, об'єднаних у зону вільної торгівлі, що заявила про себе як тристороннє економічне інтеграційне об'єднання континентального масштабу, яке включає США, Канаду і Мексику. Інтеграційні тенденції у Західній півкулі знайшли своє продовження і в Латиноамериканському регіоні у спільному ринку групи країн Південного Конусу.

Модель розвитку інтеграційних процесів у Північноамериканському регіоні певною мірою відрізняється від моделі західноєвропейської інтеграції. У Західній Європі інтеграційні процеси починалися з Римського договору 1957 р., тобто ініціатива, імпульси інтеграції йшли зверху вниз – від урядів, національних державних органів, а потім міждержавних органів країн-членів ЄЕС. У Північній Америці імпульси до створення господарського комплексу йшли знизу вгору, від прагнення до співробітництва на мікрорівні, між американськими та канадськими компаніями. З початку ХХ сторіччя поступово розмивалися межі між США і Канадою через вільне просування товарів, капіталу, робочої сили. Першим шагом до інтеграції став «план Еббота», прийнятий у 1947 р., з метою стимулювання інвестицій США у провідні галузі канадської економіки. У 1959 р. США і Канада заключили угоду про сумісне воєнне виробництво, що сприяло впровадженню американських стандартів у канадське виробництво військової техніки.

Наступним шагом стало укладання в 1965 р. Угоди про лібералізацію торгівлі продукцією автомобілебудування, що сприяло інтеграції багатьох інших галузей. Ідея торгово-політичного об'єднання США, Канади і Мексики стала впроваджуватися в життя в 1970-ті роки. Спочатку йшлося про створення енергетичного союзу. Цей план було підтримано у 1980-ті роки президентами Р. Рейганом і Дж. Бушем.

У вересні 1988 р. після непротиставлених трьохрічних переговорів було підписано Американо-канадську угоду про вільну торгівлю (CUSFTA, фр. ALE, англ. FTA), відповідно якої протягом 10-ти років США і Канада мали створити зону вільної торгівлі. Вона передбачала взаємні зобов'язання двох країн ліквідувати обмеження в торгівлі товарами і послугами (у транспорті, телекомунікаціях, комп'ютерних, фінансових системах, у сфері туризму), скасувати обмеження на іноземну власність у кредитно-фінансовій системі Канади і для канадських банків у США, та ряд інших положень. Про тісний зв'язок економік цих двох країн свідчить хоча б той факт, що американські монополії контролюють майже половину гірничодобувної та понад 40 % обробної

промисловості Канади. У свою чергу, США значною мірою залежать від імпорту з Канади сировинних ресурсів, не кажучи про те, що Канада традиційно є великим торговельним партнером США, ринком збуту американської продукції.

Одночасно протягом 1980-х рр. йшов процес взаємопроникнення економік США і Мексики. У світлі інтеграційних процесів у Європі і Азії питання створення північноамериканського інтеграційного об'єднання набуло великого значення, проте з самого початку Мексика, Канада і США розглядали роль і потенціал Південноамериканської угоди про вільну торгівлю (North American Free Trade Agreement – НАФТА) з різних позицій. Канада також не могла залишитися осторонь американо-мексиканського зближення: вона приєдналася до переговорного процесу, який завершився 17 грудня 1992 р. підписанням тристоронньої угоди про створення Північноамериканської зони вільної торгівлі, що набула чинності 1 січня 1994 року. Ця угода зберігала і підтверджувала основні позиції Угоди про вільну торгівлю між США і Канадою (CUSFTA) від 1988 року. Якщо казати про вигоди формування НАФТА, то вони обумовлені вже зазначеними планетарними тенденціями, конкретизованими в посиленні економічної взаємозалежності й поглибленні взаємопроникнення трьох північноамериканських держав. Саме на цих засадах на Північноамериканському континенті виникає прообраз майбутнього єдиного господарського комплексу, в якому національні економіки (Мексики, Канади і США) інтегруються і починають функціонувати як складові єдиної господарської системи в її зародковому вигляді.

Зараз кожна із трьох країн-учасниць НАФТА має свої економічні інтереси у співпраці, і кожна з них так чи інакше їх реалізує через переваги вільної торгівлі. Динаміка макроекономічних показників США, Канади і Мексики (табл. 25.1) свідчить про взаємовигідність економічної співпраці у рамках угоди, за умовами якої найбільшу вигоду отримує Канада. У рамках НАФТА також прийнято Північноамериканську угоду про співробітництво у сфері навколишнього середовища (NAAEC – North American Agreement on Ecological Cooperation) та Північноамериканську

угоду з трудової кооперації (NAALC – North American Agreement on Labour Cooperation), що сприяють співробітництву країн у цих сферах.

Таблиця 25.1

Характеристика країн-членів НАФТА за макроекономічними показниками

<i>Показники</i>	<i>США</i>		<i>Канада</i>		<i>Мексика</i>		<i>НАФТА</i>	
	1999 р.	2005 р.	1999 р.	2005 р.	1999 р.	2005 р.	1999 р.	2005 р.
Населення (млн чол.)	278,2	296,504	30,5	32,32	97,4	105,311	406,1	434,135
Територія (тис. кв.км)	9640	9640	9982	9982	1960	1960	21582	21582
ВВП (трлн дол.)	9,152	12,970 +41,7%	0,635	1,052 +65,7 %	0,484	0,753 +55,6 %	10,3	14,775 +43,4 %
ВВП на душу населення (тис. дол.)	32,921	43,743 +32,9 %	20,481	32,546 +58,9 %	4,966	7,154 +44,0 %	25,36	34,04 +34,2 %

На відміну від європейських інтеграційних процесів країни-учасники НАФТА не мають намірів трансформувати угоду в Митний союз. Це пояснюється тим, що більше 700 зв'язків із зовнішньої торгівлі США припадає на країни за межами НАФТА, тому США потрібна свобода дій у формуванні власної зовнішньоекономічної політики. Оскільки інтеграційне угруповання НАФТА демонструє ефективність регіональних коопераційних зв'язків, інші країни Латинської Америки і наявні регіональні об'єднання (МЕРКОСУР, Антський пакт та ін.) вели переговори про створення загальноамериканського інтеграційного блоку ФТАА (Free Trade Agreement of the Americas – ФТАА) на основі НАФТА. Ця ідея підтримувалася й США для посилення конкурентоспроможності країн регіонального інтеграційного блоку відносно країн-членів ЄС і східно-азійських країн-членів АТЕС. З ініціативи США в Майямі у грудні 1994 р. була організована перша після 1967 року зустріч голів держав і урядів країн Північної і Південної Америки. У ході саміту була висловлена ідея створення єдиної американської зони вільної торгівлі з метою ліквідації до 2005 року усіх бар'єрів для розвитку торгівлі у західній півкулі.

У 1995 році заяву про приєднання до НАФТА подала ще одна латиноамериканська країна – Чилі. Адміністрація США підтримала план приєднання Чилі до НАФТА, проте наприкінці 1997 р. конгрес США заблокував цей план, що суттєво послабило позиції США напередодні другого «Саміту Америк», який відбувся у квітні 1998 в Сант-Яго (Чилі). У ході цієї зустрічі лідерам 34 країн не вдалося скласти угоду про будь-які практичні заходи, було лише наголошено про необхідність вести переговори щодо проблеми створення ФТАА. Проте й на сьогодні ця ідея не реалізована внаслідок певних незгоджених позицій ініціаторів проекту та загострення протиріч у зовнішньоторговельній сфері із-за певних обмежувальних кроків, що приймають уряди для мінімізації розповсюдження наслідків фінансово-економічної кризи 2007–2009 років.

Плани розширення НАФТА на південь зустрічають серед країн Латинської Америки певну настороженість, оскільки їх не влаштовує модель економічних відносин у рамках цього інтеграційного утворення між розвиненими країнами (США, Канада) та країною, що розвивається (Мексика), яка не в змозі експортувати кінцеву продукцію, а залишається лише постачальником сировини і плацдармом для розміщення філій ТНК Сполучених Штатів Америки, які внаслідок створення НАФТА отримали суттєві вигоди, а саме:

- у більшості галузей поступово було ліквідовано бар'єри проти іноземних виробників з країн-членів НАФТА;
- збільшилися можливості доступу до внутрішніх ринків країн-членів;
- участь у регіональному інтеграційному об'єднанні надала міцного позитивного впливу на внутрішньоекономічний розвиток США (ВВП зростав майже на 1 трлн дол. щорічно).

Канада – головний торговий партнер США, за обсягами двосторонньої торгівлі вона випереджає Китай і Європейський Союз. У 2008 році торговельний обіг Канади зі США щодня становив близько 1,7 млрд доларів (612 млрд дол. за рік), у той час як з Китаєм – 379 млрд дол. за рік, з ЄС – 32 млрд, Росією – 3,5 млрд, а Україною – лише 80 млн доларів. Канада також є

провідним експортером нафти і газу в США. Проте останнім часом відносини між сусідами набули певного охолодження, оскільки Канада поступово обмежує свою військову присутність у Афганістані: до 2011 року канадський військовий контингент має скоротитися на 2,5 тисячі солдат. Канада активно виступала за розширення зони вільної торгівлі, вважаючи першочерговими кандидатами на вступ до блоку насамперед Чилі, а також Колумбію і Аргентину. Демонструючи свою самостійність і рішучість, канадці заявили, що не стануть чекати американців, і в 1996 р. заключили двосторонню угоду з Чилі про вільну торгівлю на кшталт НАФТА, а також дві додаткових угоди – про регулювання трудових відносин і про охорону довкілля – подібно угод 1993 р. між Канадою, США і Мексикою. До того ж Канада уклала з багатьма країнами Латинської Америки різні двосторонні угоди щодо окремих питань економічного співробітництва, і підтримує ідею про інтеграцію НАФТА з МЕРКОСУРом. Таким чином, Канада активно бере участь у здійсненні плану створення ФТАА ще з 1998 року, коли вона стала головувати переговори з укладання цієї угоди.

Загальний товарообіг США з Мексикою за період з 1993 по 2008 рр. зріс майже у 5 разів (з 80,5 до 387 млрд. дол.), з Канадою – більше ніж у 3 рази (з 197 до 612 млрд дол.) На ці дві країни припадає більше третини зовнішньої торгівлі США. З початку 2000-х рр. середній щорічний приріст товарообороту з Мексикою становив 20 %, Канадою – 10 %. Статус безмитних товарів покриває 2/3 усього американського експорту в регіоні, що суттєво підвищує їх конкурентну позицію відносно основних конкурентів – ЄС і Японії. У той же час різноманітні екологічні і профспілкові групи в США, як і більшість членів Конгресу, побоюються переміщення американської ділової активності до Мексики. До того ж американці незадоволені зростанням міграції населення з Мексики, який у 2000-х роках досяг 300 тис. людей за рік.

Для Мексики членство у НАФТА означає гарантований доступ на американський ринок, поглинаючий близько 80 % усього мексиканського експорту, збільшення притоку іноземних інвестицій, а також лібералізацію торгівлі та відмову від стратегії

імпортозаміщення. До того ж багато іноземних компаній стали переносити власну діяльність на територію Мексики, щоб проникнути на канадські та американські ринки. Треба зазначити, що Мексика є основною перевалочною базою при транспортуванні наркотиків до США. За оцінками експертів, щорічно через територію Мексики до США перекидається наркотичних засобів на суму до 40 млрд доларів. Разом з тим за останні десять років обсяги американських інвестицій в мексиканську економіку перебільшили 119 млрд дол., що становить більше 54 % загального обсягу прямих іноземних інвестицій.

Канада – економічно більш впливовий, ніж Мексика, член НАФТА, але значно слабкіший, ніж США. Тому Канада схильна блокуватися з Мексикою для впливу на США у виборюванні власних інтересів. З початку 1990-х рр. Канада спиралась на підтримку Мексики у протидіях протекціоністським акціям США. У свою чергу, Мексика отримала у 1995 р. підтримку Канади при зверненні до МВФ і МБРР, коли виникла термінова необхідність рятувати мексиканський песо.

Поряд з цим внаслідок високої залежності Канади і Мексики від американського ринку зросла ураженість економік цих країн, що проявляється у період криз і загострення торгово-політичних відносин. Хоча НАФТА стимулює взаємну торгівлю, проте її недовга історія знає і приклади торговельних війн, коли члени НАФТА не змогли домовитися про заходи регулювання торгівлі. Так, у 1996–1997 роках точилася «лососева війна» між Канадою і США, «яблучна війна» Мексики проти американських експортерів, «помідорова війна» Мексики зі США. В умовах поточної фінансово-економічної кризи розпочинаються торговельні війни між США і Мексикою, яка у відповідь на заборону в'їзду в США вантажівок з товарами з Мексики підвищує тарифи і мита на ввіз 90 видів товарів із 40 штатів США – в основному на продукти харчування – рис, пшеницю, боби і м'ясо. Але за рівнем торговельного обороту Мексика (387 млрд дол.) стала займати друге місце після Канади і зараз незначно перевищує торговельну позицію Китаю (379 млрд. дол.)

Специфічність блоку НАФТА визначається рисами, котрі певною мірою відрізняють його як від західноєвропейської, так і від інших регіональних моделей економічної інтеграції. По-перше, Північноамериканська зона вільної торгівлі має масштаби континенту, що обумовлює певну територіальну цілісність і на-прями розвитку подальших інтеграційних процесів. По-друге, існує суттєвий розрив у показниках економічного розвитку країн-членів НАФТА, що ускладнює створення зрівноваженого господарського комплексу. Якщо за рівнем ВВП на душу населення, продуктивності праці, інвестиціями і рядом інших макроекономічних показників Канада майже наблизилася до рівня США, то Мексика значно відстає і від США, і від Канади. По-третє, яскраво вираженим лідером НАФТА залишаються США з величезним економічним, військовим і науково-технічним потенціалом, які забезпечують конкурентоспроможність країні не лише серед членів блоку, а й у світі. До того ж угода про вільну торгівлю має широкомасштабний характер – охоплює виробничу і торговельну сферу, кредитно-фінансові відносини й інвестиційну діяльність, забезпечує вільний рух прибутків і доходів, регулює міграцію робочої сили тощо. Країни-члени НАФТА майже рівновіддалені від двох потужних економічних регіональних блоків – ЄС та АСЕАН, що надає можливість ефективно розвивати взаємовідносини і суттєво впливати на формат і логіку економічних зв'язків з країнами цих блоків. На відміну від ЄС у НАФТА майже не розвинені міждержавні управлінські інститути і цілком відсутні органи наднаціонального регулювання.

Створення повноцінного загального ринку в рамках Північноамериканської інтеграції планувалося до 2010 р. Разом з тим країни-учасники блоку проголосили головною метою створення не спільного ринку західноєвропейського зразка, а зони вільної торгівлі, що надало б можливості кожній країні розвивати економічні відносини з іншими країнами та регіонами без перешкод, обмежень і погодження зовнішньоекономічної політики кожного із членів НАФТА з певними наднаціональними структурами, як то практикується в ЄС. За певних геополітичних умов НАФТА в перспективі може інтегруватися з торгово-економічним блоком

Латинської Америки «МЕРКОСУР», до того ж передбачається до 2020 р. домогтися справжнього «інтеграційного прориву» ще на одному з найважливіших для США напрямі – в Азіатсько-тихоокеанському регіоні (АТР).

26.2. Південноамериканські інтеграційні процеси

Серед регіональних об'єднань економічного співробітництва країн Південної Америки впливовою є *Латиноамериканська асоціація інтеграції (ЛАІ)*, метою якої є розвиток регіонального економічного співробітництва і торгівлі та створення загального ринку для 12 південноамериканських країн. Юридичною підставою створення ЛАІ є Договір Монтевідео (1980 р.), згідно з яким вищим органом є Рада міністрів іноземних справ країн-учасниць, до компетенції якої належить визначення основних напрямів інтеграційного процесу. Постійний політичний орган – Комітет представників країн-учасниць ЛАІ, який розглядає питання, пов'язані з реалізацією Договору. Генеральний секретаріат виконує функції технічного органу і надає консультаційну і технічну підтримку країнам-членам у переговорному процесі. Створено 6 департаментів з (1) угод і переговорів, (2) розвитку торгівлі і конкурентоспроможності, (3) інтеграції і об'єднання інформаційних систем, (4) сприяння менш розвиненим країнам регіону, (5) міжнародного співробітництва та (6) інформації і статистики. Існує служба юридичної підтримки, адміністративне управління і управління зі зв'язками і організаційними питаннями.

В рамках ЛАІ підписано двосторонні угоди про економічну взаємодопомогу, що передбачає взаємне зменшення і скасування митних тарифів, співробітництво у сфері фінансів, оподаткування, митної і санітарної політики, співробітництво у науково-технічній сфері та ін. Договірними угодами також передбачено преференції для країн з відносно меншим рівнем економічного розвитку, до яких відносять Болівію, Парагвай і Еквадор.

На певному етапі ЛАІ внесла суттєвий вклад у становлення процесів економічної інтеграції у Латинській Америці, створивши міжнародно-правові підстави для виникнення і еволюції найбільших субрегіональних об'єднань – МЕРКОСУРу і Антського

Співтовариства (АС), а також посприявши створенню і уніфікації двосторонніх економічних угод між латиноамериканськими країнами. Разом з тим ряд базисних положень Договору Монтевідео, кінцевою метою якого є створення спільного ринку, фактично не діють. Тому сьогодні ЛАІ все більше розглядається як консультативний механізм, функції якого зводяться до моніторингу виконання дво- і багатосторонніх торгово-економічних угод, розробки рекомендацій з врегулювання пов'язаних з ними проблем, урахування і узагальнення статистичних відомостей. Керівництво ЛАІ здійснює певні кроки щодо активізації її участі в розвитку інтеграційних процесів у регіоні, здійснює пошук можливостей більш повного використання потенціалу Асоціації як додаткового інтеграційного механізму, форуму обговорення стану і перспектив інтеграції на континенті. Проте результативність цих процесів буде цілком залежати від зусиль і підтримки країн-членів ЛАІ.

Штаб-квартира Асоціації знаходиться в Монтевідео (Уругвай). Країни-члени: Аргентина, Болівія, Бразилія, Венесуела, Колумбія, Куба, Мексика, Парагвай, Перу, Уругвай, Чилі, Еквадор. ЛАІ розвиває взаємовідносини і поза регіональними партнерами, що мають статус спостерігачів (17 країн, у т.ч. Росія – з 1993 р., а також 9 міжнародних і регіональних організацій).

МЕРКОСУР – це спільний ринок країн Південної Америки, що об'єднує 250 млн осіб і становить більше 75 % сукупного ВВП континенту. До блоку входять Аргентина, Бразилія, Парагвай, Уругвай і Венесуела (з липня 2006 р.), як асоційовані члени присутні Чилі, Болівія, Колумбія, Еквадор і Перу. Назва організації походить від іспанського Mercado Común del Sur, що означає «Південноамериканський спільний ринок». Першим кроком до створення спільного ринку стала угода про вільну торгівлю, підписана Аргентиною та Бразилією в 1986 році. У 1990 р. до угоди приєдналися Парагвай і Уругвай. Основними адміністративними органами блоку є Рада спільного ринку, Група спільного ринку, Комісія з торгівлі, Сумісна парламентська комісія, Соціально-економічний консультативний форум і Адміністративний секретаріат. У перших чотирьох інституціях робота ведеться на міжурядовому рівні. Загальний принцип діяльності вищих органів

МЕРКОСУР – консенсус. Тут, як і в НАФТА, ідея створення будь-якої наднаціональної структури на кшталт Європарламенту ЄС не отримала підтримки.

У відповідності до Угоди Оуро Прето, підписаної у 1994 р., МЕРКОСУР перейшов з 1 січня 1995 р. на більш високий інтеграційний рівень – від зони вільної торгівлі до Митного союзу. У внутрішньо-зональній торгівлі для усіх учасників вводиться єдиний зовнішній митний тариф на продукцію, що ввозиться з третіх країн (ставка імпорتنих мит для різних товарів становить від 0 до 20 %).

Антське Співтовариство (АС) – група, пакт «Andean Group» чи «Andean Common Market» – було створено 26 травня 1965 р. на основі Картахенської угоди у складі Болівії, Колумбії, Перу, Еквадору і Чилі (вийшла з групи у 1976 році.). З 1973 р. членом цієї організації стала Венесуела. Антська група країн-членів охоплює територію у 4,8 млн кв. км. Вищий орган – Комісія Картахенської угоди, яка включає послів країн-членів з річним терміном повноважень. Комісія щорічно переміщується до країни-члену Пакту за алфавітом, представник країни розміщення стає її президентом. Комісія збирає не менш трьох сесій за рік, на яких визначає основні напрями співробітництва, затверджує програми з координації митної політики та економічного розвитку. Рада міністрів іноземних справ виконує функції координації політичного співробітництва, консультативним органом є Антський парламент, у склад якого входять депутати законодавчих зборів країн-членів. Спірні питання вирішує Антський суд. Для вирішення конкретних питань створено відповідні Ради: планова, валютна, фінансова, податкова тощо.

Картахенська угода передбачає створення спільного ринку, узгодження економічної політики щодо залучення іноземного капіталу шляхом сумісної розробки стратегій економічного розвитку, мобілізації внутрішніх і зовнішніх фінансових ресурсів, надання спеціальних пільг найменш розвиненим країнам-членам – Болівії та Еквадору. Метою створення АС є сприяння розвитку країн-учасниць шляхом інтеграції і соціально-економічного співробітництва, прискорення економічного зростання і забезпечення

зайнятості, створення латиноамериканського спільного ринку. Основні напрями концентрації зусиль зводяться до:

- формування єдиної економічної політики, координації проектів співпраці;

- гармонізації законодавства, контролю правових норм і їх адекватної інтерпретації;

- встановлення тісних взаємозв'язків між регіонами і органами Антської групи через допоміжні органи – Союз приватних підприємців і Антський інститут труда.

У рамках АС створені:

- Антська корпорація розвитку (АКР), що виступає як банк розвитку, інвестиційний банк і як агентство економічного і фінансового сприяння;

- Антський резервний фонд (АРФ), який розпоряджується часткою валютних резервів країн-членів для підтримки платіжних балансів і узгодження фінансової та валютної політики;

- Асоціація телекомунікаційних комісій, що використовується з метою поглиблення співробітництва та сприяння розвитку телекомунікаційних служб у регіоні.

У 1990 р. була прийнята «Антська стратегія», в якій було сформульовано основні завдання: (1) розвиток антського економічного простору, (2) поглиблення міжнародних зв'язків між країнами-членами АС, (3) вклад у єдність Латинської Америки. «Акт миру», прийнятий у тому ж році, висунув такі найважливіші завдання: поглиблення процесів інтеграції антських країн через реалізацію загальних інтеграційних етапів (зона вільної торгівлі, митний союз) та інших заходів, що сприятимуть створенню Антського спільного ринку.

Майже з початку створення АС зусилля країн-членів були зосереджені на обмеженні впливу іноземних монополій. Основним попереджальним заходом було введення «Загального режиму стосовно іноземного капіталу, торгових марок, патентів, ліцензій» з метою встановлення контролю за діяльністю ТНК. Ці заходи стимулювали перетворення іноземних компаній, створених після 1974 р., в національні чи спільні підприємства. При цьому не менше 15 % акцій віддавалося державі, на території якої вони ро-

зташовані. Важливим положенням загального режиму стало введення обмежень на вивіз іноземними компаніями прибутку. Щорічно дозволялося вивозити за кордон не більше 14 % зареєстрованої суми прямих інвестицій. Одночасно обмежувалися сфери вкладання іноземного капіталу: заборонялося вкладання капіталу у страхування, внутрішню торгівлю і засоби масової інформації. Проте з 1976 р. у багатьох країнах АС відбулося пом'якшення певних положень загального режиму в рамках Лімського протоколу.

Ще у 1948 році було створено Економічну комісію для Латинської Америки і Карибського басейну (ЕКЛАК – іспанське скорочення CEPAL), що здійснює координацію політики з метою сприяння економічному розвитку в регіоні. Вона співпрацює з 41 країнами-членами і 7 асоційованими членами в проведенні досліджень та аналізу регіональних і національних процесів у сфері розвитку. В її завдання входять пропозиції, оцінка і наступне спостереження за здійсненням заходів державної політики, а також допомога в області спеціальної інформації. ЕКЛАК співпрацює з національними, регіональними і міжнародними організаціями щодо питань сільського господарства; економічного і соціального планування; промислового і технологічного розвитку, а також розвитку підприємництва; міжнародної торгівлі, регіональної інтеграції і співробітництва; інвестицій і фінансування; соціального розвитку і рівності; інтеграції жінок у процеси розвитку; природних ресурсів та інфраструктури; охорони довкілля і населених пунктів; статистики; адміністративного управління; демографії та політики у сфері народонаселення.

Штаб-квартира ЕКЛАК знаходиться в Сант-Яго (Чилі), а субрегіональні штаб-квартири – в Мехіко з Центральної Америки і в Порт-оф-Спейн (Тринідад і Тобаго) з Карибського басейну. Крім того, існують державні відділення у містах Бразилія, Буенос-Айрес, Монтевідео і Богота, а також Відділення зі зв'язків у Вашингтоні.

За макроекономічними показниками розвитку (табл. 25.2) найбільше розвиненим інтеграційним угрупованням у західній півкулі є НАФТА.

Макроекономічні показники регіональних економічних утворень західної півкулі

<i>Регіональне утворення</i>	<i>Чисельність населення</i>	<i>ВВП (2006), млрд дол.</i>	<i>ВВП (2007), млрд дол.</i>	<i>Ріст, %</i>	<i>Тис. дол. на душу населення</i>	<i>Учасники</i>
Спільний ринок АС	96,924,486	281,269	334,172	18,81	3,448	Болівія, Колумбія, Еквадор, Перу
Митний союз МЕРКОСУР	55,681,675	277,545	305,693	10,14	5,490	Аргентина, Бразилія, Парагвай, Уругвай, Венесуела
Зона вільної торгівлі НАФТА	449,227,672	15.337,094,	16,189,097	5,56 %	36,038	Канада, Мексика, США (Пуерто-Рико)

Незважаючи на майже втричі менші темпи зростання, сукупний валовий продукт НАФТА перебільшує майже у 50 разів цей показник економічних блоків Південної Америки (АС, МЕРКОСУР), в 11 разів – сукупний валовий продукт країн-членів ЄврАзЕС (1,465,256 млрд дол.) і лише на 1,5 млрд дол. менше ніж сукупний валовий продукт ЄС (17,679,376 млрд дол.).

25.3. Економічна інтеграція в Азіатсько-тихоокеанському регіоні

Інтеграційні процеси вже протягом кількох років визначають головні напрями і зміст розвитку Азійсько-Тихоокеанського регіону (АТР). Ці процеси здійснюються в гігантському за своєю економічною потужністю регіоні, на території якого проживає більше 3,5 млрд чол., припадає 60 % світового валового продукту і 47 % світової торгівлі.

Специфіка інтеграційних процесів в АТР полягає в наступному:

- в інтеграцію включені як розвинені держави, так і країни, що розвиваються, що мають різний рівень економічного розвитку;
- процеси інтеграції відбуваються в основному на мікроекономічному рівні, між фірмами і корпораціями країн регіону;
- інтеграція протікає на регіональному рівні й великою мірою на рівні окремих субрегіонів;
- ступінь організаційної готовності інтеграційних процесів поки невелика;
- відсутнє чітке інституціональне оформлення даного інтеграційного угруповання.

Азіатсько-тихоокеанський регіон включає ряд субрегіональних об'єднань:

- Асоціацію країн Південно-Східної Азії (АСЕАН),
- Організацію Азіатсько-тихоокеанського економічного співробітництва (АТЕС),
- Австралійсько-Новозеландську зону вільної торгівлі,
- Південно-тихоокеанський форум (ПТФ),
- Тихоокеанську економічну раду (ТЕР).

Існують спільні консультативні організації, що допомагають інституціональному становленню інтеграційних процесів в АТР і в його субрегіонах, наприклад КТЕС – Конференція по тихоокеанському економічному співробітництву, КТТР – Конференція по тихоокеанській торгівлі та розвитку й ін.

На сучасному етапі розвитку світової економіки основне місце в інтеграційних процесах в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні

займає міжконтинентальний інтеграційний конгломерат під назвою «Азіатсько-Тихоокеанське економічне співробітництво» (АТЕС). Цей «елітарний клуб 19-ти» (Австралія, Бруней, В'єтнам, Індонезія, Канада, КНР, Малайзія, Мексика, Нова Зеландія, Папуа – Нова Гвінея, Перу, Росія, Сінгапур, США, Таїланд, Філіппіни, Чилі, Південна Корея, Японія) та двох територій (Гонконг і Тайвань), становлення якого як суб'єкта міжнародних економічних відносин ще не завершилося, стрімко набирає сили не лише в регіоні, а й у світовому масштабі. Постійно відкритий для нових членів він формується як динамічний і впливовий економічний союз, у якому зароджуються по суті невідомі донині механізми співпраці й узгодження інтересів таких гігантів, як США, Японії та Китаю, а з недавнього часу і Російської Федерації (1997 р.), що зрештою домоглася членства в цьому клубі. Загалом, у процесах азіатсько-тихоокеанського співробітництва головну роль відіграє Японія. Хоча останнім часом усе більшого впливу одержують чотири «азіатських тигри» (Малайзія, Сінгапур, Таїланд і Південна Корея), а також США і Китай.

Основна мета АТЕС – шляхом об'єднання країн у даному угрупованні стимулювати взаємне співробітництво в різноманітних сферах: у першу чергу, на ринку товарів і капіталів, а також у сфері транспорту, енергетики й ін. Кінцева мета об'єднання – утворення зони вільної торгівлі в 2020 р., а всі необхідні умови для цього повинні бути забезпечені промислово розвиненими країнами об'єднання до 2010 року. За оцінками експертів, Східна Азія (ядром розвитку інтеграційних процесів у ній є АСЕАН і АТЕС) до 2000 р. може перевершити за розмірами ВВП Західну Європу, а до 2020 р. – Північну Америку.

Найбільш активно інтеграційні процеси протікають в Асоціації країн Південно-Східної Азії (АСЕАН), створеної 9 серпня 1967 р. у Бангкоку («Бангкокська декларація»). Угодне оформлення АСЕАН відбулося лише через 9 років у 1976 році підписанням Декларації згоди АСЕАН та Договору про дружбу і співробітництво у Південно-Східній Азії, що відбулося на острові Малі. На цьому шляху країни АСЕАН зіткнулися з проблемами економічного регіоналізму, оскільки держави, що проводять

прискорену економічну модернізацію, як показує світовий досвід, не поспішають відмовлятися від політики протекціонізму. Державами-засновниками є Індонезія, Малайзія, Сінгапур, Таїланд і Філіппіни. Пізніше приєдналися Бруней-Даруссалам (7 січня 1984 р.), В'єтнам, (28 липня 1995 р.), Лаос і М'янма (23 липня 1997 р.), Камбоджа (30 березня 1999 р.). Нині статус спостерігача має Папуа-Нова Гвінея. Заявку на отримання статусу спостерігача подав Східний Тимор. Населення країн-членів АСЕАН становить близько 500 млн чол., загальна площа 4,5 млн кв. км, сукупний валовий продукт сягає близько 737 млрд доларів.

Першим регіональним об'єднанням в АТР можна назвати угоду Австралії і Нової Зеландії про «Тісні економічні зв'язки» (ТЕЗ) «Closer Economic Relations – CER» (повна назва – Australian-New Zealand Closer Economic Relations Trade Agreement – ANZCERTA), що була підписана 23 березня 1983 року. В угоді було визначено такі цілі:

- розширення економічних зв'язків,
- проголошення свободи торгівлі,
- зняття торговельних бар'єрів,
- розвиток торгівлі в умовах конкуренції.

Відповідно до цієї угоди були проведені консультації офіційних осіб та представників бізнес-кіл двох країн щодо лібералізації торгівлі товарами, на які передбачалося зменшити мита (близько 60 % загального обсягу торгівлі). Угода розповсюджувалася на всі області торгових відносин, за виключенням деяких сфер промисловості. Потім договір з Австралією доповнювався іншими статтями і домовленостями. Тому угода о ТЕЗ постійно розвивалася, торкаючись різних сфер економіки.

Основою для інтеграції та лібералізації зовнішньоекономічних зв'язків в АТР є угоди про створення зони вільної торгівлі АСЕАН (АФТА), зони інвестицій АСЕАН і схеми промислового співробітництва. У 1991 р. на саміті в Сінгапурі прем'єр-міністр Таїланду запропонував ідею створення зони вільної торгівлі країн АСЕАН (АФТА – ASEAN Free Trade Area). У січні 1992 року члени АСЕАН підписали відповідну угоду. За її умовами АФТА мала зменшити тарифи на промислові товари до 0,5 % протягом

15 років, починаючи з січня 1993 року. Головною метою АФТА є збільшення привабливості країн АСЕАН для іноземних інвесторів завдяки створенню інтегрованого регіонального ринку.

Найбільш активним ініціатором створення регіональних об'єднань є Нова Зеландія. Вона прикладає значних зусиль для просування власної сільськогосподарської продукції на регіональні та світові ринки. Наприкінці ХХ ст. Нова Зеландія запропонувала дві ініціативи: створення «тихоокеанської п'ятірки» (Сінгапур, Чилі, Австралія, Нова Зеландія і США) і створення «тихоокеанської трійки» між Австралією, Новою Зеландією та США. Проте цим ідеям так і не вдалося реалізуватися. Переговори про створення зони вільної торгівлі між австралійсько-новозеландським ТЕП (тісне економічне партнерство) і південноамериканським ринком МЕРКОСУР, що почалися у травні 1996 р., також були невдалими.

На початку ХХІ ст. після успішного оформлення ТЕП із Сінгапуром Нова-Зеландія стала реалізовувати таку ж модель з Китаєм – Гонконгом. Між ними до того часу вже існувала угода про інвестиції і були відсутні торговельні бар'єри. Угода включала взаємне визнання кваліфікації і стандартів, відміну нетарифних бар'єрів для торгівлі товарами, лібералізацію торгівлі послугами. У 2001 році Нова Зеландія виявляла інтерес до створення «Тісного економічного партнерства» з Південною Кореєю. Переговори тривають. 28 травня 2004 р. було підписано договір про створення «Тісного економічного партнерства» між Новою Зеландією та Китайською народною республікою. Країни-учасники регіональних об'єднань вважають, що процес створення двосторонніх угод про вільну торгівлю серед країн АТР не суперечить діяльності Форуму АТЭС, а більшою мірою сприяє процесам інтеграції поряд з глобальними і регіональними домовленостями. Такі угоди виявляються альтернативними шляхами досягнення головних цілей – відкриття якомога більшого числа ринків торгово-економічних партнерів.

Форум тихоокеанських островів (англ. *Pacific Islands Forum*) – міждержавна організація, загальною метою якої є поглиблення співробітництва між незалежними країнами тихоокеанського

регіону. Форум було засновано у 1971 році під назвою *Південно-тихоокеанський форум* (англ. *South Pacific Forum*), проте у 2000 році для коректного відображення географічного положення його членів, які знаходяться як у північній, так і в південній частинах Тихого океану, організація була перейменована на *Форум тихоокеанських островів (ФТО)*. Членами форуму є Австралія, Вануату, Кірібаті, Маршалові Острови, Науру, Нова Зеландія, Ніуе, Острови Кука, Палау, Папуа – Нова Гвінея, Самоа, Соломонові Острови, Тонга, Тувалу, Федеративні Штати Мікронезії і Фіджі. З 2006 року асоційованими членами ФТО стали заморські території Франції – Нова Каледонія і Французька Полінезія. Приведення до виконання рішень Форуму здійснюється Секретаріатом Форуму тихоокеанських островів (англ. *Pacific Islands Forum Secretariat*), створеним на основі Південно-тихоокеанського бюро з економічного співробітництва (англ. *South Pacific Bureau for Economic Co-operation*). Секретаріат узгоджує регіональні точки зору щодо питань політики та економіки, а також розробляє програми економічного, транспортного і торгового співробітництва й очолює Раду регіональних організацій у Тихому океані (англ. *Council of Regional Organisations in the Pacific*). Найвпливовіші з економічної точки зору країни-члени Форуму – Австралія і Нова Зеландія, які виявляються повною протилежністю іншим членам, не тільки за площею, а й за рівнем економічного розвитку. Тому ці дві країни є життєво важливими для економіки інших країн Океанії. Вони також є гарантами стабільності і безпеки в регіоні, зокрема, мають право введення на територію інших країн-членів своїх військ для підтримки порядку та стабілізації ситуації в країнах ФТО (мандат на це було надано після підписання главами країн-членів Бікетавської Декларації (англ. *Biketawa Declaration*) на 31-ому саміті Форуму тихоокеанських островів у Кірібаті в жовтні 2000 року).

Тихоокеанська економічна рада (ТЕР) (*Pacific Basin Economic Council – PБЕС*) створена у 1967 р. і є міжнародною неурядовою організацією, що об'єднує великі компанії Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Ініціаторами створення ТЕР стали 5 країн АТР – Австралія, Канада, Японія, Нова Зеландія та США,

сумарний ВВП яких до того часу вже зрівнявся за рівнем з Європейським економічним співтовариством. Швидкий економічний розвиток АТР обумовлював необхідність створення механізмів взаємодії між країнами регіону, ТЕР і став одним з таких механізмів.

Число країн-учасниць ТЕР постійно збільшувалося, у 1970-х роках у ТЕР вступили Республіка Корея, Гонконг, Сінгапур, Філіппіни і Чилі. Наприкінці 1980-х років до ТЕР приєдналися ще сім країн, а на початку 1990-х років – СРСР і КНР. Загальне число країн-учасниць ТЕР досягло 20-ти. За станом на 2006 р., ТЕР об'єднував через національні комітети близько 700 компаній Азіатсько-Тихоокеанського регіону.

Основним заходом ТЕР є Міжнародна щорічна генеральна сесія, що проводилась на ротаційній основі в столицях або головних ділових центрах. Перша Генсесія відбулася в 1968 році у Сідней. За станом на 2008 рік, відбулося більше 40 Генсесій ТЕР. Централізованою бізнес-організацією ТЕР став у 1974 році, коли був сформований Міжнародний секретаріат, який розміщувався спочатку в Сан-Франциско, потім – в Куала-Лумпур (з 1981 р.), а зараз – у Гонконгу (з січня 2004 р.)³.

Унікальність ТЕР як організації полягає в тому, що всі країни-учасниці (як розвинені, так і ті, що розвиваються) мають рівне право голосу. Аналогічної організації в АТР не існує. У центрі уваги ТЕР залишається блок важливих економічних і соціальних питань, що відбивають нові ініціативи і розробляються сумісно з іншими міжнародними організаціями регіону.

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Причини і наслідки північноамериканських інтеграційних процесів?
2. Основні інтеграційні утворення країн Південної Америки?
3. МЕРКОСУР: мета і формат учасників?
4. ЛАІ: мета і учасники?

³ Більше інформації розміщено на офіційному сайті ТЕР (www.pbec.org).

5. ЕКЛАК: мета і формат учасників?
6. НАФТА – мета, позитивні наслідки для країн-учасниць?
7. Торговельні війни між країнами-учасниками НАФТА?
8. Специфіка інтеграційних об'єднань країн АТР?
9. АТЕС: країни-члени і загальна мета співробітництва?
10. Інтеграційні процеси в рамках АСЕАН?
11. Інтеграційні зв'язки та ініціативи Нової Зеландії?
12. Форум тихоокеанських островів (ФТО): мета, завдання, учасники?

ГЛАВА 26

ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В АФРИЦІ ТА НА БЛИЗЬКОМУ СХОДІ

26.1. Специфіка інтеграційних процесів у Африці

Африка є вельми специфічним регіоном щодо економічних інтеграційних процесів. Це, насамперед, пов'язано з низьким рівнем розвитку економіки та зовнішніх економічних взаємозв'язків між країнами (3–5 % світового обсягу зовнішньої торгівлі), взаємною конкуренцією країн на ринках сировини, продукції тропічного землеробства, а також в отриманні іноземних кредитів. Проте, не зважаючи на конкуренцію у багатьох сферах економічного життя, існує життєва необхідність об'єднання ресурсів і подолання наслідків штучного поділу континенту. Тож закономірно, що в Африці виникло багато різноманітних інтеграційних угруповань, які почали свій розвиток з набуття певної незалежності країн від метрополій після Другої світової війни зі створенням **Організації африканської єдності (ОАЄ)**. Координація та узгодження політики держав-членів ОАЄ в економічній сфері є однією із закріплених у Статуті цілей цієї загальноконтинентальної організації. Для виконання завдань розвитку і співпраці у 1963 р. був створений *Африканський банк розвитку*, а у 1975 р. – *Асоціація фінансових установ африканського розвитку*. Серед інших інституцій можна визначити *Африканську комісію цивільної авіації* (1969 р.), *Союз організацій, зайнятих у сфері передачі та розподілу електроенергії* (1971 р.), *Африканський залізничний союз* (1972 р.). Загалом на африканському континенті виникло кілька десятків регіональних і субрегіональних об'єднань, які охоплюють різноманітні аспекти економічного співробітництва. Серед них можна виділити:

- 1) загальноекономічні;
- 2) валютно-кредитні;
- 3) та організації зі спільного використання природних ресурсів.

Серед першої досить чисельної групи вкажемо на такі: *Економічне співтовариство держав Західної Африки* (утворене 1975 р., об'єднує 16 країн), учасники якого утворили досить розвинену структуру взаємодії в галузі сільського господарства, промисловості, зовнішньої торгівлі, транспорту й зв'язку, енергетики і наукових досліджень. Це об'єднання є *торговельним та валютним угрупованням*, орієнтованим на координацію економічних програм, створення спільних об'єктів, поступове зменшення розбіжностей між країнами-членами в економічній та гуманітарній сфері. Як проміжна мета проголошено створення *спільного ринку та валютного союзу*. Значна увага приділяється розвитку митного союзу та наданню допомоги менш розвиненим партнерам. *Економічне співтовариство країн Східної та Південної Африки* (1982 р., 17 країн) сфокусоване на координації економічних програм, торговельної політики, кредитування, створенні спільних об'єктів, реалізації проектів у сфері транспорту та сільського господарства. Цілі діяльності – *поетапне утворення зон вільної торгівлі, формування спільного ринку*. Дев'ять держав-членів цієї організації здійснюють більш тісне співробітництво у межах *Конференції з координації економічного розвитку незалежних країн Півдня Африки*. *Митний і економічний союз Центральної Африки* (1964 р., сім держав) орієнтується на створення *спільного ринку* шляхом поступової уніфікації податкових систем, ліквідації обмежень у торгівлі, запровадження митних пільг, надання фінансової допомоги членам організації, що не мають виходу до моря.

Серед об'єднань другої групи можна виділити *Західно-африканський валютний союз, Валютний союз Центральної Африки, Західно-африканську клірингову палату, Східно-африканський банк розвитку* та ін.

До досить чисельної третьої групи належать такі об'єднання: *Адміністрація басейну ріки Нігер* (1964 р., дев'ять держав), *Комісія басейну озера Чад* (1964 р., чотири держави та один спостерігач), *Організація з експлуатації й розвитку басейну ріки Кагера* (1977 р., чотири держави), *Постійний комітет боротьби проти посухи в Сахарі* (1973 р., вісім держав).

Головним напрямом діяльності цих об'єднань є створення спільних об'єктів, реалізація міждержавних господарських програм, співробітництво у сфері кредитування. Крім згаданих вище, поширені *об'єднання держав-експортерів окремих видів сировини та сільгосппродукції* (нафти, фосфатів, кави, арахісу і т. п.). Повільно, але розвивається двостороннє економічне співробітництво між країнами регіону.

Значення внутрішньоконтинентальних інтеграційних блоків для країн Африки залишається обмеженим. Окрему категорію становлять економічні угруповання та організації, які однією з основних цілей своєї діяльності мають залучення зовнішньої фінансової, технічної та іншої допомоги. Серед них – *Арабський банк економічного розвитку Африки* (1973 р.) – міждержавний інвестиційний інститут, що здійснює кредитне співробітництво членів *Ліги арабських країн з державами-членами ОАЄ*. *Африканський фонд розвитку* (1973 р.), крім африканських країн, об'єднує більше ніж 20 держав, головним чином західноєвропейських, а також США, Японію, Саудівську Аравію, Кувейт та деякі інші країни. Крім того, вісім північно-африканських країн є членами *Арабського валютного фонду*, а до членів *Ісламського банку розвитку*, крім арабських, належать 11 країн Тропічної Африки.

Помітну роль в економічних процесах на континенті відіграють механізми Співдружності націй (це стосується більшості колишніх британських колоній), Франко-африканського співтовариства, до якого входять майже 20 держав Африки, а також досить складна система преференційних угод, які пов'язані афрозахідноєвропейськими інтеграційними процесами.

Особливе місце у вирішенні проблем економічного розвитку континенту належить *Економічній комісії ООН для Африки* (ЕКА), яка створена у 1958 р. і функціонує під керівництвом Економічної і Соціальної Ради ООН. ЕКА є ключовою ланкою як у справі вироблення загальноафриканської стратегії розвитку та інтеграції країн континенту, так і в розробці та реалізації програм зовнішньої допомоги Африці. Штаб-квартира ЕКА, як і секретаріат ОАЄ, перебуває в Адіс-Абебі, субрегіональні центри діють у

Марокко, Нігерії, Камеруні, Руанді та Замбії. Стратегічні напрями діяльності ЕКА відображені у генеральній програмі економічного розвитку незалежних африканських країн на 1980–1990-ті роки, яка відома як *Монровійська стратегія економічного розвитку Африки*. На її базі у 1980 р. Сесія Асамблеї глав держав та урядів ОАЄ прийняла «*Лагоський план дій*», який, зокрема, передбачає зменшення зовнішньої політико-економічної залежності континенту, досягнення колективного самозабезпечення, прискорення розвитку сільського господарства, енергетики, окремих галузей обробної промисловості, вдосконалення систем підготовки кадрів, створення національного науково-технічного потенціалу. До 2000 р. цим планом передбачалося поетапне створення спільного ринку і, зрештою, африканського економічного співтовариства. Однак ефективність колективних економічних програм та зовнішньої допомоги у більшості випадків залишається низькою. Головна причина – нерозвиненість соціально-політичних структур, неефективність влади, особливо на місцях, корупція, некомпетентність, крім того, відсутність елементарної політичної стабільності, етнічні, конфесійні та громадянські конфлікти, сепаратизм, регіоналізм і анархія.

26.2. Африка в міжнародній торгівлі

Країни континенту є експортерами екзотичних матеріалів, мінеральної сировини, кольорових металів, зокрема платинової групи, а також технічних культур і окремих продовольчих товарів. На первинні сировинні товари в експорті країн на південь від Сахари припадає 92 % (1980 р. – 94,8 %), для країн Північної Африки цей показник становить 86 % (1980 р. – 96,8 %), експорт продукції обробної промисловості вкрай незначний. Питома вага Африки в імпорті готової продукції розвиненими країнами на початку 90-х років становила 0,5 % і не має тенденції до зростання. Частка готової продукції в експорті лише у восьми країнах не перевищує скромний показник у 15 %. Найбільш помітні (за вартістю) позиції мають Єгипет, Марокко, Туніс, а також Маврикій, Кот д'Івуар і Зімбабве. У світовому експорті країни, що розташовані на південь від Сахари, мають такі позиції: продукти

харчування – 5 %, сільгоспсировина – 13 %, руди й метали – 16 %, мінеральне паливо – 15 %, інші види сировини – 12 %. Частка країн Північної Африки становить значно нижче, відповідно 2,7 %; 3,2 %; 3,4 %; 11,8 % та 2,7 %. Експорт сировини є основним джерелом валютних надходжень. Крім сировинної спрямованості, характерною рисою експорту африканських країн є його слабка диверсифікація як за номенклатурою, так і за географічними ознаками. До 3/4 загального обсягу експорту надходить до розвинених країн, при цьому, як правило, одна, максимум дві-три країни домінують як імпортери.

Абсолютна більшість країн континенту опинилась у небезпечній залежності від кон'юнктури ринку одного-трьох товарів. Наприклад, для Алжиру паливо дає 96 % вартості експорту, Бурунді – кава (79 %), Гамбії – арахіс (71 %), Нігеру – уран (75 %), Замбії – мідь (88 %), Буркіна Фасо – бавовна (45 %), золото (35 %), Єгипту – паливо (34 %), бавовна (32 %). На світовому ринку загалом утримуються *низькі ціни* на необроблені сировинні товари, що значно *консервує несприятливі для країн Африки умови зовнішньої торгівлі*. За рахунок **експорту енергоносіїв** континент в останні роки мав *позитивне загальне сальдо в міжнародній торгівлі*. Однак позитивний баланс мають лише Лівія, Нігерія, Габон, Ангола, Алжир, Конго, Кот д'Івуар, Зімбабве, Мавританія, Заїр та Нігер. Водночас у багатьох країнах імпорту перевищує експорт у два-чотири рази. При цьому поширеною є критична залежність економіки від імпорту. Надходження від експорту витрачаються здебільшого на закупівлю продовольства та інших споживчих товарів першої необхідності.

Окремим істотним фактором, що впливає на сучасний зовнішньоторговельний баланс країн регіону, є те, що Африка, за невеликими винятками, не є привабливим ринком збуту. Номенклатура експорту розширюється повільно. Серед готової продукції достатню конкурентоспроможність мають лише текстиль та одяг, що виробляються головним чином у Маврикію, Марокко, Тунісі, Єгипті та частково в Кот д'Івуар. Нарощування експортного потенціалу стримує нерозвиненість інфраструктури, а також високі витрати на перевезення товарів. До того ж в останнє десятиріччя

спостерігається зниження імпорту засобів виробництва. Це гальмує індустріалізацію, оновлення парку машин та обладнання, знижує продуктивність праці.

Економічна ситуація, що склалася на континенті, властиві їй якісні показники та довгострокові тенденції роблять практично неможливим паралельне вирішення проблем відсталості та залежності африканських країн. Довгострокові прогнози, зокрема, МБРР не передбачають відчутних змін в економічному становищі регіону, зростання його ролі у світовій економіці та покращання стандартів життя основної маси африканців. Очевидно, вихід із замкненого кола соціально-економічних проблем потребує відмови від напівстихійного курсу останніх десятиліть та переорієнтацію на нову економічну стратегію, яка б відповідала національним інтересам країн Африки і водночас приваблювала ефективних зовнішніх партнерів. В основі такої стратегії, як свідчить світовий досвід, мають лежати дві ідеї: перша – це включення всіх потенційних механізмів саморозвитку окремих країн на тлі гармонійного співрозвитку Африки як частки сучасної цивілізації, друга – через програми колективної довгострокової комплексної допомоги Африці. Остання поступово набуває необхідної підтримки та практичного змісту. Проте важливішою є перша ідея, не нова по суті, вона виявилась нездійсненою протягом вже значного періоду існування незалежних африканських країн, лише більш очевидною стала її безальтернативність. Виходячи зі змісту документів ОАЄ та ЕКА, прийнятих останнім часом, можна виділити такі основні практичні напрями реалізації першої ідеї:

- соціальний сектор повинен бути в центрі національних планів економічного розвитку;

- пріоритету набуває підвищення якості трудових ресурсів (освіта, професійна підготовка, орієнтована на ринок робочої сили, скорочення безробіття, протидія «відпливу інтелекту», забезпечення доступу до фондів розвитку найменш забезпечених верств населення, реалізація спеціальних програм для молоді, жінок, біженців);

- комплексний розвиток сільського господарства та досягнення самозабезпечення продовольством;

– додатково обов'язковою передумовою забезпечення економічного прогресу в Африці є досягнення політичної стабільності, демократизація суспільно-політичного ладу, гарантування прав та свобод особистості.

27.3. Інтеграційні угруповання в Африці

Інтеграційні процеси на Африканському континенті відбуваються в дуже складних умовах, це:

1) різний рівень економічного розвитку країн континенту;
2) загальний низький рівень розвитку економіки (з сорока найменш розвинених країн світу двадцять п'ять розташовані в Африці);

3) велика кількість міжнародних організацій економічного та фінансового профілю, які виступають за розвиток багатовекторної інтеграції (близько 40);

4) вплив на розвиток інтеграційних процесів колишніх метрополій (об'єднань франкомовних, англомовних країн);

5) розвиток інтеграційних процесів відбувається переважно в межах окремих галузей:

- організація з освоєння басейну річки Гамбія;
- організація з освоєння басейну річки Сенегал;
- організація з експлуатації та розвитку басейну річки Кати;

- Африканська лісопромислова організація;

- Міжнародний союз країн-виробників какао та ін.;

6) значний вплив ТНК (у 1980-ті рр. світовим співтовариством значною мірою були відрегульовані підходи ТНК до співробітництва).

Інтеграційні угруповання в Африці – це, перш за все, Договір (травень 1994 р.) про поетапне створення (у шість етапів протягом 34 років) *Африканського економічного співтовариства* (АФЕС). Складовими елементами АФЕС є вже існуючі субрегіональні блоки, тому головна увага в перші 20 років має бути спрямована на їх зміцнення і посилення координації взаємодій.

Економічне співтовариство держав Західної Африки (ЕКОВАС), метою якого є поетапне створення спільного ринку в

регіоні, утворено 28 травня 1975 р., коли 16 країн підписали Лагоську угоду. У 2000 році із складу ЕКОВАС вийшла Мавританія. На сьогодні до складу інтеграційного угруповання входять: Бенін, Буркіна-Фасо, Гамбія, Гана, Гвінея, Гвінея-Бісау, Кот д'Івуар, Кабо-Верде, Ліберія, Малі, Нігер, Нігерія, Сенегал, Сьєрра-Леоне і Того. У 2004 році міністрами оборони Співтовариства були ухвалені пропозиції щодо створення до 2010 року боєздатного військового (миротворчого) контингенту ЕКОВАС до 2 тис. чол. Вищим органом управління є Конфедерація голів держав і урядів. Співтовариство має Парламент, Суд, Екобанк, Економічну і соціальну раду, комісії по торгівлі, митній політиці та ін. Головними завданнями інтеграційного утворення є наступні:

- боротьба з бідністю;
- забезпечення миру і безпеки у «гарячих точках» (Ліберія, Гвінея-Бісау);
- боротьба із злочинністю і незаконним розповсюдженням зброї;
- боротьба з контрабандою.

Зусиллями країн-учасниць було створено транспортну і енергетичну інфраструктуру (автомагістралі, газопровід, залізнична лінія); введено мораторій на імпорт, експорт і виробництво легкої стрілецької зброї; запроваджено туристичні чеки, що приймаються до оплати увсіма банками співдружності. Планується створення федерації західно-африканських країн, введення уніфікованого паспорту (єдиного громадянства), введення єдиної валюти, стандартизація дипломів про освіту, створення морської, наземної і рибальської інфраструктури (енергетичного пула). Проте головними перепонами на цьому шляху залишаються: відсутність ефективної системи платежів, неузгодженість митних інструкцій (що призводить до контрабанди), нестабільність політичної ситуації, громадянські війни, невизначеність правового статусу організації. До того ж частина вимог угруповання (наприклад, приведення дефіциту бюджетів до рівня менш 4 % ВВП) є для більшості країн-членів нереальними. Треба зазначити, що на поточний час рівень і обсяги торгівлі між країнами гранично низькі.

У 1993 р. в м. Кампала (Уганда) було підписано Угоду про перетворення Зони преференційної торгівлі країн Східної та Північної Африки (основаної у 1983 р.) у *Спільний ринок Східної та Північної Африки* (КОМЕСА), в планах якого – формування спільного ринку до 2004–2014 рр., валютного союзу – до 2025 року. До КОМЕСА входить 16 країн. Спочатку всі торговельні бар'єри скасували Джибуті, Єгипет, Замбія, Кенія, Маврикій, Мадагаскар, Малаві, Судан. Разом з тим було збережено ввізні мита на товари з країн, що не входять до інтеграційного об'єднання. У 2001 р. до цих заходів приєдналися ще шість країн-членів КОМЕСА. Проте економічна інтеграція стикається з перешкодами внаслідок політичних суперечок: п'ять з країн Спільного ринку (Ангола, ДР Конго, Зімбабве, Руанда, Уганда) займають різні позиції щодо підтримки протиборчих сил у війні в ДР Конго. Ще дві країни КОМЕСА (Ефіопія та Еритрея) до недавнього часу вели між собою прикордонну війну.

Країни-члени КОМЕСА відрізняються значною неоднорідністю за макроекономічними показниками розвитку. Так, за рівнем ВВП Єгипет майже у 10 разів перебільшує наступну за обсягами випуску Кенію, у Джибуті (найменшій країні-члені) обсяг ВВП становить 1/178 частину ВВП Єгипту. Обсяг внутрішньорегіональної торгівлі вельми незначний (не перевищує 1,5 млрд дол.), хоча зі вступом до угруповання Єгипту товарообіг значно пожвавився. За виключенням Єгипту жодна країна-учасниця не має великої обробної промисловості, а економіки більшості з них (насамперед, Кенії, Зімбабве і Замбії) у 1990-х рр. потерпіли від деіндустріалізації. Проте всі члени угруповання сподіваються на можливість зростання промислового сектору внаслідок інтеграційних процесів. Разом з тим, як відзначається у доповіді «Конкурентоспроможність країн Африки» (що підготовлений Всесвітнім економічним форумом), такі сподівання не достатньо виважені, оскільки конкурентоспроможність Мадагаскару, Зімбабве, Кенії та Малаві одна з найнижчих в Африці. Експорт продукції обробних галузей з Єгипту і країн, що розташовані на південь від Сахари, становить близько 16,7 млрд дол. щорік, при цьому на частку ЮАР (що не є членом КОМЕСА) припадає майже 60 %

цього обсягу, а Єгипту, Маврикію і Зімбабве – лише 20 %. У цих умовах побоювання країн, у яких обробна промисловість перебуває у стані занепаду, щодо посилення процесів деіндустріалізації у процесі переходу до вільної торгівлі є цілком виправданими. Саме з цієї причини такі члени угруповання, як Уганда залишаються у статусі спостерігачів і поки майже не беруть участі в інтеграційних заходах. Інші – Мозамбік і Танзанія – взагалі відмовилися від участі в цих заходах.

Експерти впливових світових організацій (зокрема МБРР) не підтримують ідею можливої активізації внутрішньорегіонального підприємництва внаслідок створення зони вільної торгівлі в Африці. Більшість з них вважає, що проблемою є не стільки існування тарифних і нетарифних бар'єрів, скільки дія таких обмежувальних чинників, як слабкий розвиток інфраструктури, високий рівень транспортних витрат, дефіцит кваліфікованих кадрів та ін.

Експансія південноафриканських фірм у країнах Африки (навіть в умовах відсутності преференційної торгівлі) непокоїть більшість країн, розташованих на північ від ЮАР, зокрема Кенію. Особливе занепокоєння (насамперед, східно-африканських країн) викликає активна участь Єгипту у демонтажу торговельних бар'єрів, оскільки експерименти із зоною вільної торгівлі в Африці поки не принесли відчутних результатів. Внутрішньорегіональна торгівля розвинена на континенті значно слабше, ніж у Латинській Америці чи Східній і Південно-Східній Азії. Африканський банк розвитку пов'язує це з такими структурними факторами, як низький рівень доходів і значна відстань ринків. Експерти банку попереджують, що регіональна інтеграція, сфокусована на вільну торгівлю, може стати контрпродуктивною, оскільки не виключає негативні наслідки для індустріалізації і динаміки економічного розвитку.

Для вирішення цих проблем певні економісти надають перевагу торговим відносинам між «північчю» та «півднем» на кшталт відносин між ЄС і ЮАР. У той же час підготовка аналогічних документів стикається з великими труднощами, оскільки Євросоюз вкрай обережно ставиться до надання доступу на власний ринок. Інші більш оптимістичні фахівці вважають, що настав

час «африканського відродження» і країнам континенту необхідно брати рішення своєї долі у власні руки.

Співтовариство розвитку Півдня Африки (САДК/SADC – Southern African Development Community) спершу створене як Конференція з координації розвитку Півдня Африки (САДКК), зараз налічує 15 країн-членів (Ангола, Ботсвана, Замбія, Зімбабве, ДРК, Лесото, Маврикій, Мадагаскар, членство якого було призупинено у зв'язку з неконституційною зміною влади, Малаві, Мозамбік, Намібія, Свазіленд, Сейшели, Танзанія, ЮАР). Договір про САДК було підписано у Віндхуку (Намібія) в серпні 1992 року. САДК є одним з найбільших і найвпливовіших об'єднань Африки. Загальна чисельність населення країн-членів сягає 248 млн чол., сумарний ВВП – 432 млрд дол. США, а бюджет організації – 50 млн доларів. Виконавчий секретаріат розташований у Габороні (Ботсвана). Вищий орган САДК – Самміт голів держав і урядів, який приймає на основі консенсусу рішення із загальних питань стратегії і тактики дій Співдружності, управляє його робочими органами, призначає Виконавчого секретаря і його заступників. Іншими ключовими структурами САДК є Рада міністрів і Парламентський Форум. У рамках цього інтеграційного утворення здійснюється програма дій, що передбачає реалізацію кількох сот сумісних проектів економічного і соціального характеру, фінансування яких забезпечується за рахунок міжнародної інвестиційної співдружності. З цією метою приймаються кроки із створення сприятливого інвестиційного клімату, уніфікації економічного і юридичного простору країн-членів. Набуває кінця створення в рамках співтовариства зони вільної торгівлі, передбачалося формування Митного союзу (до 2000 р.) і спільного ринку САДК (до 2015 р.). Ці плани підтримуються міністрами фінансів Спільного ринку Східної і Південної Африки (КОМЕСА), які на зустрічі у квітні 2007 р. у Порт-Луї (Маврикій) ініціювали питання про створення зони вільної торгівлі, до складу якої увійшли б країни-члени КОМЕСА і САДК. Розглядається питання про введення єдиної візи на кшталт «Шенгенської». У серпні 2005 р. ЮАР, Мозамбік, Намібія і Лесото підписали Протокол про вільне переміщення громадян.

З метою узгодження підходів до формування загальноафриканської системи колективної безпеки й аналізу військово-політичної ситуації на півдні континенту з 1996 р. функціонує Директорат САДК з питань політики, оборони і безпеки (ОПОБ). Його головні завдання – попереджувати і врегульовувати внутрішні і міждержавні кризи у субрегіоні, включаючи миротворчі операції, ліквідацію наслідків стихійних лих, а також підготовку і проведення сумісних навчань держав співтовариства. Головою ОПОБ у березні 2009 р. обрано Короля Свазіленду Мсваті III. Важлива увага поділяється проблемам підтримки миру і стабільності в субрегіоні. На саміті в Лусаке (Замбія) в серпні 2007 р. створено миротворчу бригаду САДК (SADCBRIG) у чисельності 600 осіб з 11 країн-членів співдружності, після приєднання ще 4-х країн передбачається збільшення чисельності до 1000 осіб, третина з яких – поліцейські війська. Передбачається також, що миротворчі операції будуть здійснюватися або за мандатом ООН, або згідно з рішеннями саміту співдружності у рамках Договору про взаємну оборону.

У квітні 2008 р. на Маврикії пройшла Міжнародна конференція САДК з питань бідності і розвитку, в наслідок якої було створено спеціальний регіональний орган моніторингу реалізації відповідних програм, сформовано Фонд розвитку САДК для активізації співробітництва і прикордонної торгівлі. Черговий саміт САДК відбувся в серпні 2008 р. у Йоганнесбурзі (ЮАР), центральною подією якого став «запуск» зони вільної торгівлі. Експерти вважають, що це перший крок у формуванні єдиного фінансового валютного і торгово-економічного простору співдружності до 2018 року. Внаслідок інтеграційних процесів сформовано спільний ринок обсягом близько 360 млрд дол. з населенням 170 млн осіб.

У рамках взаємодії САДК з іншими світовими регіональними угрупованнями найважливіше місце займає Євросоюз, який на підтримку програми співробітництва між САДК і ЄС виділив більше 100 млн євро. Проте певні суперечки у Співдружності викликає питання про підписання угод про економічне партнерство (УЕП) між окремими країнами-членами САДК і ЄС. У 2007 р.

Угоду про економічне партнерство з ЄС було підписано Ботсваною, Намібією, Лесото і Свaziлендом. Супротивником подібних угод виступає ЮАР, яка вважає, що угоди можуть скласти загрозу формуванню митного союзу в Південній Африці. Раз на два роки проводяться форуми ЄС – САДК і США – САДК. Інтерес до співробітництва із співтовариством виявляють Індія, Китай, Японія, скандинавські країни. Набувають позитивної динаміки і зв'язки САДК з Росією як на рівні дипломатичних представництв і візитів, так і укріплення взаємовигідних економічних зв'язків у сфері освіти, науково-технічного співробітництва, охорони здоров'я, сільського господарства, транспорту і зв'язку, розвідки і розробки мінеральних та інших ресурсів, енергетики, екології, ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій, а також у сфері культури.

У квітні 2009 р. у Габороні було створено регіональний центр САДК з попередження кризових явищ і його складову частину – «ситуаційну бригаду». Керівництво бригадою здійснює об'єднаний штаб при Секретаріаті САДК у м. Габороні. При Виконавчому секретаріаті САДК для боротьби з розповсюдження наркотичних засобів організовано спеціальний підрозділ, прийнято відповідну програму дій на 2005–2009 рр., фінансування якої здійснює Євросоюз.

Розвиток співробітництва йде за принципом «гнучкої геометрії» і різнотерміновості інтеграційних процесів всередині співтовариства. Передбачається:

- створити єдину енергосистему країн Півдня;
- спільно використовувати водні ресурси;
- створити спеціальні органи з питань фінансування та інвестицій, а також з питань праці і зайнятості – визначились основні «донори» – Скандинавські країни, які нададуть до 50 % зовнішнього фінансування;
- здійснити поступову уніфікацію підходів щодо створення прийняттого для всіх членів інвестиційного клімату, податкового та митного законодавства.

Митний та економічний союз Центральної Африки (ЮДЕАК), до складу якого входить 6 країн, існує з 1 січня 1966 р. внаслідок підписання угоди про заснування організації (в 1964 р.

у м. Браззавіль (Конго). Країни-члени ЮДЕАК: Габон, Камерун, Конго, ЦАР, Чад і Екваторіальна Гвінея (з грудня 1983 р.). У рамках блоку на взаємну торгівлю припадає лише 0,9 % сукупного експорту держав-членів. Цілями ЮДЕАК проголошено:

– утворення загального ринку шляхом поступового зняття обмежень у взаємній торгівлі;

– узгодження економічних програм;

– уніфікація податкових систем;

– будівництво спільних підприємств;

– фінансова взаємодопомога і створення пільгових митних умов для країн-членів, що не мають виходу до моря (Чад, ЦАР).

У рамках ЮДЕАК функціонують такі фінансові організації, як Фонд солідарності, Банк розвитку (БДЕАС), Банк держав Центральної Африки (БЕАС). Правові основи діяльності здійснює вищий орган ЮДЕАК – Рада глав держав, що проводить щорічні сесії. Головою ЮДЕАК призначається президент однієї з країн-учасниць терміном на 1 рік. Штаб-квартира ЮДЕАК знаходиться в Бангі (ЦАР).

В інтеграційному утворенні зберігаються чисельні перепони на шляху міждержавного руху товарів, капіталів і робочої сили. До основних чинників, що перешкоджають внутрішньорегіональній торгівлі, слід віднести:

– загальний низький рівень розвитку країн-учасниць;

– однотипність їхньої спеціалізації у міжнародному поділі праці;

– відсутність розвиненої транспортної мережі в регіоні.

Для цього інтеграційного угруповання характерними є:

– впровадження єдиного зовнішнього митного тарифу;

– на основі спільної участі країн ЮДЕАК в «зоні французького франку» створення Валютного союзу Центральної Африки, центральним інститутом якого є Банк держав Центральної Африки (випускає єдині для всіх учасників платіжні засоби).

Проблемними для розвитку даного угруповання (як і для більшості африканських інтеграційних об'єднань) залишаються такі чинники:

1) різний рівень економічного розвитку країн;

- 2) слабка диверсифікація національних економік;
- 3) нерозвиненість інфраструктури;
- 4) політична нестабільність у деяких країнах-членах.

27.4. Інтеграційні процеси на Близькому Сході

Роль країн Близького сходу в світовому господарстві визначається насамперед наявністю великих розвіданих запасів нафти та природного газу (до 60 % світових запасів), а також значними золотовалютними запасами (понад 5 % від світових). У період самостійного економічного розвитку держави Близького Сходу досягли досить значних успіхів, проте арабські країни піддаються інтеграційним процесам більше ніж інші країни Африки. Процес взаємодії арабських країн почався зі створення *Ліги арабських держав* (ЛАД). На конференції арабських країн в Олександрії, що відбулася 25 вересня – 10 жовтня 1944 року, було прийняте рішення про її створення. Остаточного конституювання ЛАД було завершено на конференції в Каїрі 22 березня 1945 року, де був підписаний Статут ЛАД. До складу інтеграційного утворення увійшли Єгипет, Сирія, Ліван, Йорданія, Ірак, Саудівська Аравія та Йемен. Пізніше до ЛАД приєдналися Лівія (березень 1953 р.), Судан (січень 1956 р.), Туніс та Марокко (жовтень 1958 р.), Кувейт (липень 1961 р.), Алжир (серпень 1962 р.), Південний Йемен (1967 р., у 1990 р. об'єднався з Північним Йеменом), Бахрейн, Катар, Оман і Об'єднані Арабські Емірати (1971 р.), Мавританія (1973 р.), Сомалі (1974 р.), Джібуті (1977 р.), Коморські острови (1993 р.). У 1976 році до ЛАД було прийнято Організацію визволення Палестини, що з 1988 року представляє державу Палестина. Усього 22 країни-учасниці.

27 грудня 2005 року у Каїрі відбулася перша сесія тимчасового Загально-арабського Парламенту, створеного згідно з рішеннями Алжирського самміту ЛАД (березень 2005 р.). Протягом перших п'яти років Парламент формується шляхом делегування 4-х представників від 22 арабських країн (включаючи Палестину), а в подальшому планується перехід до прямих виборів. Штаб-квартирою Парламенту є Дамаск. Нині система Ліги арабських держав відповідно до Пакту ЛАГ і доповнюючих його

документів включає такі підрозділи: Рада Ліги, Постійні комітети, Об'єднана рада оборони, Економічна Рада, Генеральний Секретаріат, Спеціалізовані організації.

Рада – це верховний орган Ліги, що складається з представників усіх держав-учасниць, причому кожній країні належить один голос, незалежно від того, яку територію чи чисельність населення вона має. Рада збирається двічі на рік – у березні і жовтні, проте може збиратися й на позачергові засідання відповідно до замовлення від не менше ніж двох країн-учасниць Ліги. Голови Ради обираються з країн за чергою відповідно їх розташування за арабським алфавітом. Рада має відповідно до ст. 3 Пакту Ліги повну і всебічну компетенцію щодо наступного:

1. Нагляд за виконанням укладених країнами-членами Ліги угод з питань економіки, соціальної сфери, культури, транспорту і юриспруденції.

2. Вирішення спорів, що можуть виникати між двома або більшою кількістю країн-учасниць як посередник чи арбітр.

3. Надання всебічної підтримки співробітництву між арабськими країнами у різноманітних сферах, сприяння реалізації сумісних інтересів держав-членів.

4. Здійснення необхідних заходів для відсіку агресії відносно будь-якого з членів Ліги.

5. Сприяння усіма засобами співробітництву з міжнародними організаціями, які зацікавлені у збереженні міжнародної безпеки і миру в усьому світі чи налагодженні усталених соціально-економічних відносин між державами.

6. Призначення Генерального секретаря Ліги арабських держав.

7. Погодження бюджету Ліги арабських держав.

8. Опрацювання внутрішнього регламенту Ради, постійних комітетів і Генерального секретаріату.

Рада Ліги на кожній позачерговій сесії створює тимчасові комітети: з політичних, економічних, правових, соціальних, адміністративних і культурних питань. Їх статус відповідає статусу головних (робочих) комітетів Генеральної Асамблеї ООН, що працюють під час її робочих сесій. Проте не важко зазначити, що

такого органу, як Рада Ліги з точки зору наданих йому повноважень в ООН не існує.

Місцем постійної резиденції Ліги арабських держав є Каїр. Члени Ради Ліги та їх персонал користуються привілеями і дипломатичним імунітетом протягом усього терміну виконання ними своїх функцій, право недоторканості резиденції розповсюджується на всі приміщення, що використовуються для роботи організацій Ліги. У рамках Ліги діють постійні комітети: політичний комітет, комітет з культури, комітет з транспорту та зв'язку, економічний, соціальний, правовий, військовий і медичний комітети, а також комітет арабських засобів інформації, комітет арабських експортерів нафти, комітети із сільського господарства, комунікацій, співробітництва, жіночої та материнської політики, метрології, адміністративних і фінансових питань, арабський комітет з прав людини.

До складу Економічної Ради входять міністри економіки країн-членів Договору 1950 р. чи їх представники, а також представники арабських країн, які отримали згоду Ради на участь у цьому органі. Економічна Рада відповідає за організацію співробітництва у сфері економіки країн-членів Договору, за підвищення рівня життя арабських країн, розвиток їх господарств, експлуатацію природних ресурсів, обмін сільськогосподарською та промисловою продукцією та підписання угод у сфері зовнішньоекономічних трансакцій.

Генеральний секретаріат Ліги арабських країн, як адміністративний орган, включає Генерального секретаря, помічників секретаря і відповідну кількість співробітників. Генеральний секретар займається скликанням засідань Ради Ліги, підготовкою бюджету Ліги і виносить його на розгляд Ради на початку кожного фінансового року для погодження і визначення частки кожного члена Ліги у витратах. Він призначається на посаду строком на п'ять років (який може подовжуватись), є вищою посадовою особою, що відповідає за діяльність Генерального секретаріату і допоміжного апарату, за поточну діяльність адміністрації та її підрозділів. До останніх відносяться бюро генерального секретаря, секретаріат з воєнних питань, управління з політичних питань,

управління з палестинської проблеми, управління з економічних, соціально-культурних, правових і адміністративно-фінансових питань, управління засобами масової інформації та інші допоміжні органи, що створюються за необхідністю. Секретаріат має власне інформаційне бюро у ряді країн. У Нью-Йорку при штаб-квартирі ООН знаходиться постійна делегація Ліги арабських країн. До того ж до організації ЛАД входять спеціалізовані організації та інститути, загальна чисельність яких перевищує два десятки. Серед них – Арабські організації з освіти, організації менеджменту, організації праці, Рада арабської економічної єдності, Арабський фонд економічного і соціального розвитку, Арабський банк економічного розвитку в Африці, Арабський інститут супутникового зв'язку, Арабська організація сільськогосподарського розвитку, Арабська організація стандартизації і метрології, Арабська академія морського транспорту, Арабський поштовий союз, Арабський союз телекомунікацій, Рада з цивільної авіації арабських країн, Об'єднання арабських радіостанцій, Арабський валютний фонд, Арабська організація з охорони здоров'я, Арабський інститут нафти та ін. Усі ці інституції утворено відповідними рішеннями Ради ЛАД. Зокрема *Рада арабської економічної єдності* створена рішенням Ради від 03.06.1957 р. Загальними напрямками її діяльності є забезпечення вільного переміщення громадян, капіталів, власності між країнами членами, створення умов для вільного обміну товарів національного та іноземного виробництва, забезпечення свободи підприємництва. *Арабська організація із забезпечення безпеки капіталовкладень* заснована у 1965 р., функціонує з 1 квітня 1975 року, її діяльність спрямовано на вирішення таких задач: забезпечення безпеки арабських капіталовкладень; відрахування відповідних втрат; заохочення взаємних капіталовкладень країн-членів; підтримка досліджень з ефективності і можливих напрямів капіталовкладень. *Арабський фонд економічного і соціального розвитку* створено на підставі відповідного рішення Економічної ради від 16 травня 1968 року. Мета його створення полягала у забезпеченні фінансування проектів економічного і соціального розвитку арабських країн, забезпечення технічної та експертної підтримки в усіх сферах економічного роз-

витку. *Організація арабських країн-експортерів нафти* була створена відповідно до угоди, підписаною Саудівською Аравією, Кувейтом і Лівією 09.01.1068 року. Вона залишається відкритою для нових членів з числа арабських країн експортерів нафти. Організація має забезпечувати співробітництво держав-членів в усіх сферах економічної діяльності, пов'язаної з видобутком і переробкою нафти, здійснення заходів з узгодження юридичних норм, підтримки інформаційного і технічного обміну, надання громадянам країн-членів можливості навчання і роботи за кордоном у цій сфері, підтримку у використанні ресурсів і можливостей для створення спільних проектів видобутку нафти. *Арабська організація розвитку сільського господарства* – ініціатива створення належить Раді Ліги арабських країн (рішення від 11 березня 1970 р.). Організація має вирішувати такі завдання: підтримка і розвиток природних і трудових ресурсів сільськогосподарського сектора; координація засобів капіталовкладень у сільське господарство на науковій основі для досягнення автономії в арабських державах; підтримка взаємного обміну продукцією; стимулювання створення сільськогосподарських виробництв і проектів. *Арабський валютний фонд* створено 27 квітня 1976 року, став працювати з 1978 року. Напрями діяльності: вирівнювання платіжного балансу країн-членів фонду, взаємне конвертування й встановлення обмінного курсу між валютами країн-членів фонду, встановлення валютних відносин і валютної політики між країнами-членами фонду, вивчення шляхів розширення використання умовного динару для взаєморозрахунків поточних платежів з метою покращання товарообігу. *Арабська організація з промислового розвитку* створена 20 вересня 1980 року для удосконалення промислового виробництва в арабських країнах на державному та загальнонаціональному рівнях, координації діяльності у сфері промисловості, енергетики і видобутку мінеральної сировини, підтримки співробітництва країн-членів у рамках стратегічної взаємодії.

Серед глобальних завдань організації Ліги арабських країн підтримка фінансового і техніко-економічного співробітництва між арабськими державами і країнами Африки, фінансування

проектів економічного розвитку країн Африки, стимулювання участі арабського капіталу у цих проектах, забезпечення необхідної технічної допомоги розвитку країн Африки.

Пізніше з метою укріплення взаємодії у сфері фінансів, економіки і зв'язку були підписані угоди про створення арабського спільного ринку та субрегіональних угруповань, таких як «**Рада співробітництва країн Перської затоки**» (Саудівська Аравія, Об'єднані Арабські Емірати, Кувейт, Катар, Бахрейн, Оман) в 1981 році; «**Рада арабського співробітництва**» (Єгипет, Ірак, Йорданія, Йемен) у 1989 році. У цьому ж році в Північній Африці було створено **союз Арабського Магриба** за участі Алжиру, Лівії, Мавританії, Марокко і Тунісу. Угода передбачала широкомасштабне економічне співробітництво на рівні регіональної інтеграції. Проте сьогодні Північно-африканський регіон являє собою п'ять замкнених у національних кордонах, відокремлених один від одного ринків. Реальне наповнення угод виявилось вельми слабким внаслідок різноманітних обставин економічного, організаційного, технічного, релігійного і воєнно-політичного характеру, зокрема внаслідок затяжного близькосхідного конфлікту, який обумовлює напругу всього близькосхідного регіону.

Зважаючи на макроекономічні показники інтеграційних блоків країн Африки (табл. 26.1), не важко визначити, що серед наявних об'єднань найбільш успішними з точки зору забезпечення добробуту (ВВП на душу населення) є Рада співробітництва арабських держав Перської затоки (майже 15 тис. дол.) і Південно-Африканський союз (10,6 тис. дол.).

Таблиця 26.1

**Макроекономічні показники угруповань
Африки, ЄС та НАФТА**

Регіональний блок	Площа (км ²)	Населення	ВВП (млн дол.)	ВВП на душу насе- лення (дол.)	Краї- ни- учас- ниці
Економічне спів- товариство держав Західної Африки (ЕКОВАС)	5 112 903	251 646 263	342 519	1 361	15

Економічна співдружність країн Центральної Африки (ЕКОЦАС)	3 020 142	34 970 529	85 136	2 435	6
Спільний ринок країн Східної та Південної Африки (КОМЕСА)	3 779 427	118 950 321	141 962	1 193	5
Східно-Африканська співдружність (ЕАС)	1 763 777	97 865 428	104 239	1 065	3
Південно-Африканський митний союз (SACU)	2 693 418	51 055 878	541 433	10 605	5
Рада співробітництва арабських держав Перської затоки (РСАДПЗ)	2 285 844	35 869 438	536 223	14 949	6
Європейський Союз (ЄС)	4 325 675	496 198 605	12 025 415	24 235	27
Північноамериканська зона вільної торгівлі НАФТА	21 588 638	430 495 039	12 889 900	29 942	3

Ці інтеграційні утворення відрізняються від найбільших світових блоків – ЄС і НАФТА – лише у 2–2,5 разів за показником ВВП на душу населення. Проте за розміром сукупного ВВП ця різниця становить кілька порядків (25–30 разів), що свідчить про значний розрив в ефективності економік і зовнішньоекономічних зв'язків країн, які входять до складу цих інтеграційних утворень. Саме завдяки цьому показнику країни-члени ЕАС, КОМЕСА і ЕКОВАС посідають одне з передостанніх місць на щаблях світової господарської структури.

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Організація африканської єдності: виникнення, мета та перспективи інтеграційних процесів?
2. Інтеграційні інституції африканських країн загальноєкономічного спрямування?

3. Інтеграційні інституції африканських країн валютно-кредитного спрямування: завдання і функції?
4. Інтеграційні інституції африканських країн зі спільного використання ресурсів?
5. Специфіка інтеграційних процесів у Африці?
6. Роль країн Африки у міжнародній торгівлі?
7. Іноземне інвестування та зовнішні борги країн Африки?
8. Інтеграційні процеси країн Близького Сходу?
9. Співробітництво інтеграційних блоків країн Африки з іншими інтеграційними утвореннями світу?
10. Економічне співтовариство держав Західної Африки: мета і завдання?
11. Спільний ринок Східної та Північної Африки: етапи створення та перешкоди?
12. Співтовариство розвитку Півдня Африки: загальні принципи співпраці?
13. Митний та економічний союз Центральної Африки: засоби й інструменти функціонування?
14. Ліга арабських країн та її інститути: мета утворення та специфіка функціонування?
15. Союз Арабського Магриба: завдання і функції?

ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДІЛУ 5

1. Міжнародна економічна діяльність України: навч. пос. / Багрова І. В., Гетьман О. О., Власик В. Є. / за ред. І. В. Багрової. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004.
2. Влияние спада в экономике США на развивающиеся рынки Азии и Латинской Америки // БИКИ. – 2001. – № 44.
3. Взаимодействие государств Латинской Америки с третьими странами и другими интеграционными группировками // БИКИ. – 2001. – № 147.
4. Зона свободной торговли в Африке // БИКИ. – 2000. – № 136.
5. Зона свободной торговли между США и Египтом / БИКИ. – 2002. – № 5.
6. Ломакин В. К. Мировая экономика / В. К. Ломакин. – М.: Издательство «ЮНИТИ», 1998.
7. Международные экономические отношения / С. В. Фомишин. – Ростов н/Д: Феникс, 2006.
8. Международные экономические отношения: учебник / под ред. Б. М. Смитиенко. – М.: ИНФРА-М, 2005.
9. Международные экономические отношения: учеб. / Н. Н. Ливенцев и др.; под ред. Н. Н. Ливенцева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2006.
10. Новицький В. Є. Економічні ресурси цивілізаційного розвитку: навч. посіб. / В. Є. Новицький. – К. НАУ, 2004.
11. Особенности экономической интеграции в странах Западного полушария / БИКИ / 2001. – № 144. – С. 4–5.
12. Экономический прогноз по странам с развивающимся рынком / БИКИ. – 2001. – № 10.

РОЗДІЛ 6

ПЕРСПЕКТИВИ ПОЗИЦІЮВАННЯ УКРАЇНИ У СВІТОВИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ

ГЛАВА 27

МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ТА ГЕОЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ВЕКТОРІВ УКРАЇНИ

27.1. Загальні чинники інтеграційних процесів в Україні

Кожна держава будує зовнішньоекономічні відносини з різними партнерами по-різному, надаючи певні пільги одним та обмежуючи співробітництво з іншими. Така диференційована політика досить часто зумовлена тим, що країна входить до складу того чи іншого інтеграційного об'єднання, взаємні відносини між членами якого будуються на особливих принципах, що можуть значною мірою відрізнитися від засад співробітництва з третіми країнами. Участь України в сучасних інтеграційних процесах об'єктивно зумовлена перевагами міжнародного поділу праці, а також необхідністю вдосконалення механізмів зовнішньоекономічної діяльності, що визначають розвиненість товарно-грошових відносин, національних ринків товарів, послуг, праці та капіталу. Поточна стратегія зовнішньоекономічної діяльності України спрямована на:

- покращання інвестиційного іміджу України;
- розвиток експортного потенціалу України і покращення структури експорту;
- раціоналізацію структури імпорту;
- підвищення конкурентоспроможності українських підприємств;
- подолання неплатоспроможності країни;
- покращення становища України в системі міжнародного поділу праці;
- розширення ринків збуту української продукції;

– досягнення стійкого економічного зростання і підвищення сукупного попиту і добробуту населення.

Досягнення вище перерахованих цілей зовнішньоекономічної діяльності України ускладнене певними несприятливими чинниками, що сформувалися протягом недосконалої внутрішньої та зовнішньоекономічної політики часів незалежності, а саме:

- неконкурентоспроможністю продукції переробних галузей (за винятком літакобудування та аерокосмічної галузі);
- протидією розвинених країн щодо виходу на світовий ринок українських фірм;
- великим зовнішнім боргом, зокрема корпоративним зовнішнім боргом;
- нерозвиненістю валютного і фондового ринків;
- відсутністю визначеної імміграційної політики;
- недосконалим митним контролем.

Розширення ринків збуту української продукції передбачає певні зміни у зовнішній політиці України, згідно з якими стратегія розвитку зовнішньоекономічної діяльності має передбачати таке:

- розширення економічної і науково-технічної кооперації з розвиненими країнами;
- відновлення втрачених ринків у країнах Східної Європи;
- розширення зв'язків із західноєвропейськими країнами;
- розвиток ринку СНД та поглиблення зовнішньоекономічних зв'язків з країнами, що розвиваються (зокрема Близького Сходу).

Для ефективної інтеграції України в сучасні світогосподарські угруповання необхідні певні політико-правові, економічні, соціально-культурні та інфраструктурні передумови. Основні політико-правові передумови інтеграції складають:

- політичне визначення стратегічних напрямів інтеграції України та пріоритетних партнерів у зовнішньоекономічній сфері;
- забезпечення територіальної цілісності та створення адекватної системи національної безпеки;

- безумовне виконання міжнародних зобов'язань, особливо у сфері прав людини;
- безпосередня участь у регіональних і глобальних політичних процесах;
- формування відповідного законодавства і вироблення ефективних механізмів та інструментарію його виконання.

Економічні передумови інтеграції формуються завдяки таким чинникам:

- 1) економічному та інституційному забезпеченню суверенітету;
- 2) цивілізованим ринковим відносинам з пріоритетом соціального захисту населення;
- 3) експортному потенціалу та адекватним стратегіям і механізмам регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- 4) укріпленню національної грошової одиниці з включенням її в систему міжнародних розрахунків;
- 5) розв'язанню проблеми зовнішньої заборгованості.

До основних соціально-культурних передумов інтеграції належать:

- 1) відродження і виховання почуття власної гідності, створення умов соціально-культурної життєздатності народів України;
- 2) формування сучасної, орієнтованої на світові пріоритети системи соціального захисту й освіти;
- 3) розвиток та укріплення контактів з українською діаспорою за межами України.

Формування інфраструктурних передумов пов'язане насамперед з:

- 1) розвитком транспортних комунікацій (морських, наземних, повітряних), необхідних для нормальної життєдіяльності суверенної держави (національні авіакомпанії, флот, транспортні корпорації);
- 2) розвитком сучасних інформаційно-комунікаційних мереж з включенням їх до міжнародних систем комунікації.

Формуючи інтеграційну стратегію і тактику, слід враховувати особливості України як потенційної учасниці міжнародних економічних угруповань, а саме:

- 1) недосконалість політико-правових регуляторів та інструментів;
- 2) нерозвиненість ринкових відносин, інститутів і механізмів;
- 3) перманентне погіршення соціально-економічного стану;
- 4) високий рівень тіньозації та корумпованості економічних зв'язків.

Значний вплив на інтеграційну мотивацію та політику України справляють збіг періодів дезінтеграційних та інтеграційних процесів, територіальне розміщення в регіоні, що характеризується інтеграцією високого рівня, конкурентні інтереси країн Східної Європи та негативний досвід інтеграції в рамках СРСР і РЕВ. Інтеграція України у світове господарство можлива різними, але водночас взаємопов'язаними шляхами:

- 1) через активну та ліберальну зовнішньоекономічну політику;
- 2) за рахунок формування середовища, сприятливого для іноземного підприємництва й інвестування;
- 3) через укладання двосторонніх міждержавних економічних угод та участь у багатосторонніх міжурядових переговорах;
- 4) за рахунок інтенсифікації зовнішньоекономічних зв'язків та участі у східноєвропейських інтеграційних процесах;
- 5) формування передумов залучення до західноєвропейських інтеграційних структур.

На процеси включення України у сучасну систему світогосподарських зв'язків впливають конкретні внутрішньо- і зовнішньоекономічні чинники, що формуються на підставі передумов, особливостей і шляхів світової та регіональної інтеграції. Серед внутрішньоекономічних факторів принциповим є перехід України до цивілізованої ринкової економіки, для чого потрібні розроблення і реалізація відповідної довгострокової державної програми соціально-економічного розвитку. Така програма має, поперше, враховувати сучасний соціально-економічний стан та

особливості бізнес-середовища в Україні; по-друге, бути адаптованою до еволюційних процесів зовнішнього ринкового простору; по-третє, спиратися на досвід інтеграції постсоціалістичних країн у певні економічні і політичні блоки (ЄС, ЄврАзЕС).

Важливого значення набуває такий довгостроковий чинник, як структурна перебудова національної економіки, орієнтована на сучасні техніко-технологічні, економічні, екологічні і соціальні стандарти. Деформована структура національної економіки не відповідає критеріям суверенного розвитку України як з точки зору самозабезпечення та зовнішньоекономічної спеціалізації, так і з науково-технологічних, соціальних і особливо екологічних позицій. Існує цілий ряд негативних проблем, пов'язаних зі структурою економіки України:

1) велика питома вага фізично та морально застарілої техніки у складі основних виробничих засобів (понад 70 %);

2) диспропорції в системі самозабезпечення ключових галузей (значна зовнішня паливно-енергетична залежність),

3) залежність від імпорту: паливно-енергетичних ресурсів; потреби в електротехнічних і кабельних виробках, продукції текстильної, целюлозно-паперової та медичної промисловості задоволені лише наполовину; відсутність виробництва каучуку, ряду продуктів органічного синтезу, устаткування для низки галузей економіки, зокрема легкої, поліграфічної промисловості, машинобудування, переробних галузей агропромислового комплексу тощо;

4) незбалансованість галузевої структури промисловості з точки зору її соціальної орієнтації (потенціал промисловості на 90 % формують важкі галузі – питома вага виробництва товарів споживання становить близько 30 %, тоді як у розвинених країнах вона сягає 50–60 %).

Включення України до будь-яких інтеграційних угруповань у такому стані, без чіткого бачення перспектив структурної реорганізації, може призвести не лише до консервації, а й до посилення негативних тенденцій у всіх галузях національної економіки.

Участь України в інтеграційних процесах за умов цілеспрямованої внутрішньої структурної політики надасть можливості

ефективніше й швидше виправити деформовану економіку, виходячи з таких пріоритетів структурної переорієнтації:

- науково-технічне та технологічне оновлення виробництва із забезпеченням його конкурентоспроможності шляхом глибокої модернізації. Зменшення енергомісткості за рахунок ефективного використання власних паливно-сировинних ресурсів;

- підвищення рівня внутрішньої збалансованості національної економіки для зменшення зовнішньої залежності в розвитку її ключових галузей за рахунок формування системи власної міжгалузевої кооперації та забезпечення повних виробничих циклів;

- формування умов для соціально-орієнтованого розвитку національної економіки шляхом цілеспрямованої трансформації її структури та забезпечення балансу споживчого ринку відповідно доходам населення, підвищення мотивації до праці, фінансової стабілізації на макрорівні.

Отже, необхідною передумовою проведення ефективної інтеграційної політики України є синхронізація відповідних процесів із масштабами і темпами розвитку національної економіки під впливом внутрішньо-економічних факторів.

Дія зовнішньоекономічних факторів інтеграції обумовлена, з одного боку, станом розвитку форм зовнішньоекономічної діяльності, а з іншого – умовами розвитку середовища. Зовнішньоторговельна діяльність України в останні роки зберігає негативні довгострокові структурні тенденції в експорті/імпорті товарів і послуг, а саме:

- переважно сировинна спрямованість експорту, превалювання матеріаломісткого обладнання в експорті продукції машинобудування;

- нераціональність товарної структури імпорту;

- деформована географічна структура експорту та імпорту аж до монопольної залежності від окремих країн;

- вкрай нерівномірне розміщення експортного потенціалу України.

На зовнішню торгівлю впливають й такі несприятливі фактори, як:

- неконкурентоспроможність більшості підприємств, товарів у якісно нових умовах зовнішньої торгівлі;
- велика зовнішня заборгованість, у тому числі пов'язана з експортно-імпортною діяльністю останніх років;
- нестабільність національної валюти і неефективність валютного контролю та регулювання;
- недосконала система митного контролю;
- неврегульованість торговельно-економічних відносин з країнами «ближнього зарубіжжя», і насамперед з Росією;
- нерозвиненість інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності, у тому числі інформаційної;
- недостатня кадрова забезпеченість на всіх рівнях здійснення і регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- неефективність механізму та інструментів економічної дипломатії.

Відсутність стратегічних орієнтирів, втрата державного контролю за зовнішньоекономічною діяльністю призвели до хаотичного вивозу українських товарів; створення криміногенної обстановки навколо експорту та імпорту найефективніших груп товарів (нафта і нафтопродукти, чорні метали, продовольчі товари тощо); втрати країною валютних коштів; не виправданої конкуренції між українськими учасниками ЗЕД; демпінгової торгівлі. Серед зовнішньоекономічних факторів інтеграції на окрему увагу заслуговують також ті, що впливають на умови міжнародної міграції робочої сили і становлення повноцінних валютно-фінансових відносин.

Формуючи власну інтеграційну політику, Україна має визначитися з відповідними середньо- та довгостроковими пріоритетами, виходячи із сучасних умов ефективного функціонування національної економіки (рис. 27.1). Серед конкурентних напрямів інтеграції найважливішими виявляються Центрально-європейська зона вільної торгівлі, Чорноморське економічне співтовариство і Співдружність незалежних держав. Повноправне членство України в ЄС ні на найближчу, ні на найбільш віддалену перспективу

не виявляється можливим, оскільки країна не відповідає вимогам, що пред'являє ЄС для потенційних претендентів за показниками соціально-економічного розвитку.

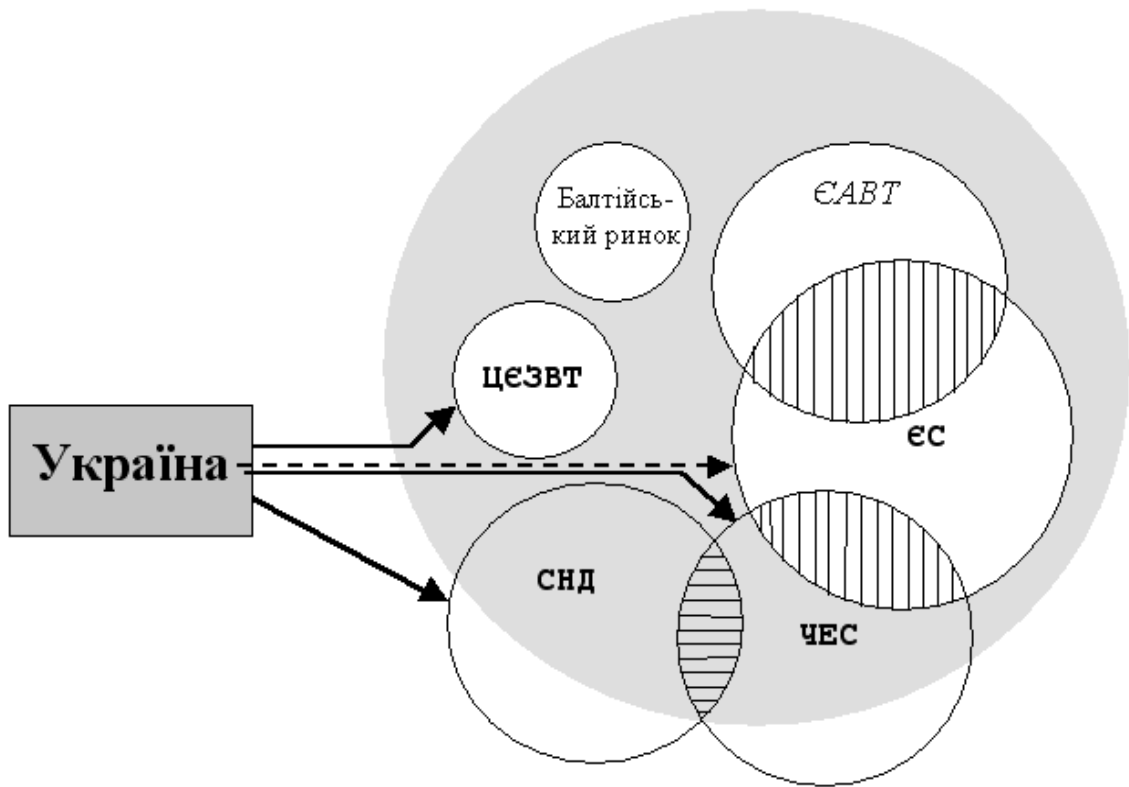


Рис. 27.1. Простір регіональних економічних інтересів України

Середньострокові інтеграційні пріоритети перебувають у просторі двох різноспрямованих векторів. З одного боку, обережне ставлення до участі в інтеграційних угрупованнях країн з високим рівнем наднаціонального регулювання, зумовлене особливостями України як самостійного суб'єкта інтеграції. З іншого, неможливість тривалого «позаінтеграційного» розвитку в регіоні, де масштаби і динаміку економічної інтеграції визначають не лише внутрішні, а й потужні зовнішні (глобальні) фактори. Тому для ефективного позиціонування України у сучасних інтеграційних процесах необхідно урахувати передумови і певні особливості, притаманні тим чи іншим інтеграційним векторам, сформулювати інструменти, механізм і визначити (узгодити) основні етапи («дорожню карту») з урахуванням пріоритетів розвитку національної економіки та національної економічної безпеки (рис. 27.2).

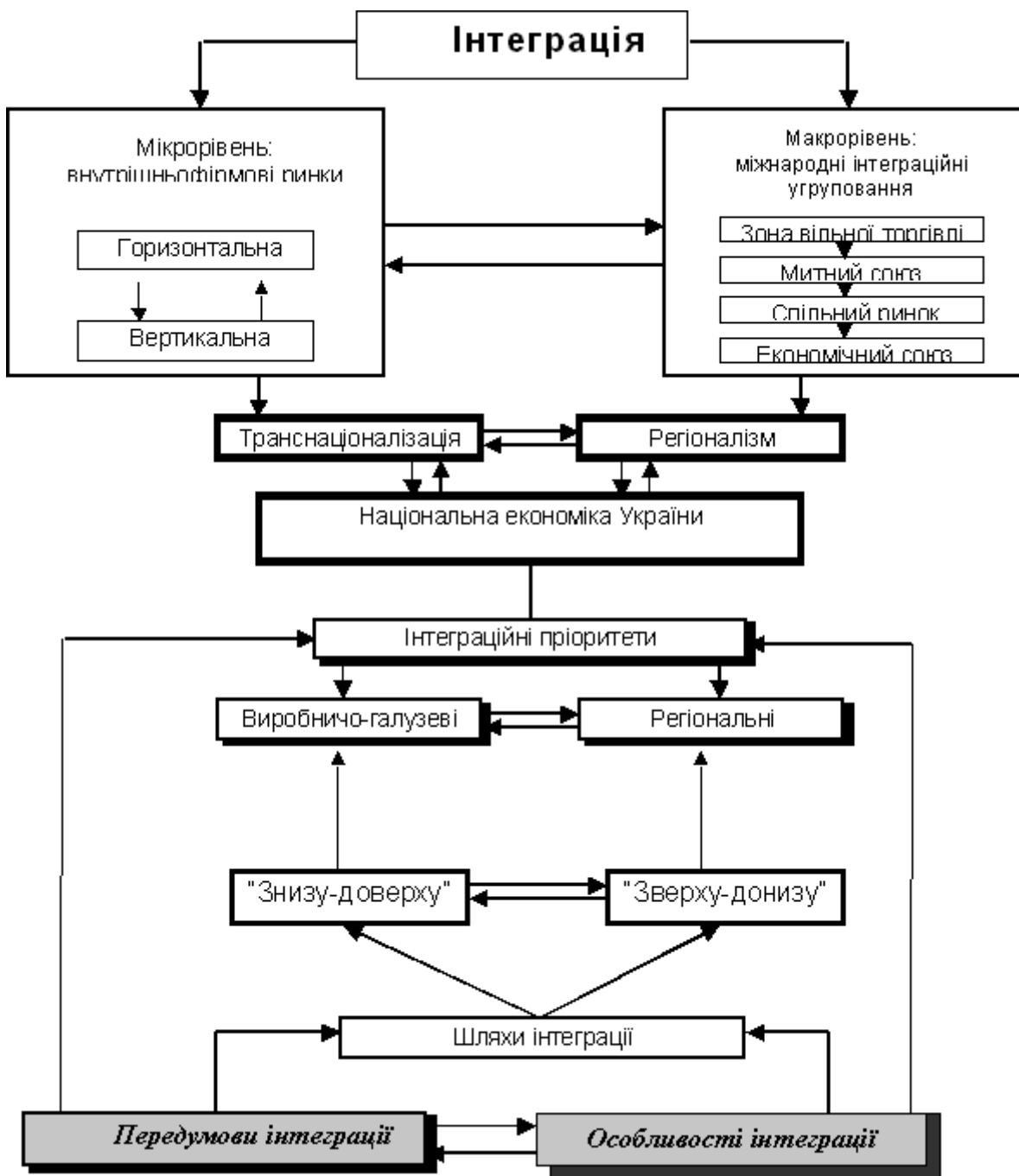


Рис. 27.2. Алгоритм формування інтеграційних пріоритетів національної економіки

27.2. Європейські інтеграційні наміри і перспективи України

Проблема економічної інтеграції для України є однією з першочергових. Враховуючи той факт, що Україна є однією з найбільших європейських держав за територією і чисельністю населення, для неї особливо важливою є економічна інтеграція з країнами Європи, оскільки країни-члени ЄС висловили ще у

листопаді 1994 р. намір підтримувати незалежність, територіальну цілісність і суверенітет України. Крім того, ЄС і надалі підтримував інтеграційні наміри України («План Дій для України», затверджений у грудні 1996 року) через демонстрацію політичного сигналу підтримки з боку ЄС та дослідження засобів поліпшення існуючої допомоги і зв'язків між країнами-членами ЄС та Україною. Зокрема ЄС запропонував реальну підтримку Україні шляхом передачі ноу-хау в рамках своєї програми TACIS, створюючи основу для цієї діяльності, він розпочав переговори для створення рамок Угоди про партнерство та співробітництво, націлених на посилення діалогу та забезпечення рівноправного партнерства фактично у всіх сферах можливого співробітництва. Сьогодні ЄС не лише надає Україні найбільшу фінансову, економічну та технічну допомогу, він також виступає найбільшим торговельним партнером, за винятком країн СНД і найбільшим інвестором в Україну, хоча обсяги торгівлі та інвестицій на тлі світової фінансово-економічної кризи (з 1997 р.) почали знижуватися.

З метою переведення відносин України з ЄС на постійну і правову основу 14 червня 1994 року в Люксембурзі після тривалих і складних переговорів була підписана Угода про партнерство і співробітництво між Україною та ЄС (УПС). Уже 10 листопада того ж року Верховна Рада України ратифікувала її без будь-яких застережень і проблем, що мало підтвердити світовій спільноті європейський вибір України, і наступні чотири роки на всіх політичних форумах «Україна – ЄС» йшлося лише про затримки в ратифікації з боку ЄС. Врешті-решт, наприкінці 1997 року ЄС завершив ратифікаційну процедуру і 1 березня 1998 року УПС набула чинності.

Мета УПС – сприяти політичному, торговельному, економічному та культурному співробітництву між Україною та Європейським Союзом. Вона є втіленням спільного наміру ЄС та України забезпечити партнерство та взаєморозуміння заради взаємної вигоди. Політичні стосунки України з ЄС за 1995–1996 роки набули регулярного і планомірного характеру. Було підписано Тимчасову угоду про торгівлю та питання, пов'язані з торгівлею між Україною та ЄС (введена в дію з 1 лютого 1996 р.), у квітні

1996 р. на IV засіданні Міжвідомчого комітету України у справах ЄС було затверджено план імплементації цієї угоди. Партнерство та співробітництво між Україною та ЄС передбачало подальшу широкомасштабну співпрацю, спрямовану на досягнення цілей УПС в усіх галузях права та економіки. УПС відкривала Україні легший доступ до ринку Європи завдяки режиму найбільшого сприяння і принципу недискримінації. Це зобов'язувало сторони не встановлювати на імпорту та експорт продукції вище мито, ніж те, що визначено в інших країнах. Товари, виготовлені на території однієї із сторін, не мали підлягати внутрішньому оподаткуванню чи іншим зборам, які перевищують ставки зборів та податків, визначених для продукції національного виробництва.

Проте з 1997 року інтеграційні кроки набули певного охолодження внаслідок політичної нестабільності та інтеграційної різновекторності певних політичних кіл та урядових гілок влади в Україні. Треба також зазначити, що Україна так і не виконала повною мірою зобов'язання відповідно статті 51 УПС щодо гармонізації із законодавством ЄС свого митного законодавства, а також законодавств про компанії, банківську справу, бухгалтерський облік компаній, інтелектуальну власність, охорону праці, фінансові послуги, охорону навколишнього середовища і податків, законів стосовно ядерної енергії тощо.

У рамках ініціативи ЄС «Східне партнерство», яка започаткована у травні 2009 р. і стала виміром політики сусідства стосовно України, Азербайджану, Білорусі, Вірменії, Грузії, Молдови, передбачено інноваційні положення, зокрема такі як укладення угод про асоціацію з ЄС, включаючи створення зони вільної торгівлі, ведення безвізового діалогу.

Відповідно до основних напрямів співпраці між ЄС і Східноєвропейськими країнами виділено чотири тематичні платформи:

- 1) «Демократія, належне врядування та стабільність»;
- 2) «Економічна інтеграція та наближення до політик ЄС»;
- 3) «Енергетична безпека»;
- 4) «Міжлюдські контакти».

Кожна платформа має комплекс реалістичних і періодично поновлюваних цілей з відповідною Робочою програмою. Так, у

рамках Тематичної платформи № 2 утворено панелі: «Торгівля та регуляторне співробітництво в сфері торгівлі в рамках поглиблених зон вільної торгівлі»; «Захист навколишнього середовища та зміна клімату»; «З питань малого та середнього підприємництва»; «Співробітництво в сфері транспорту»; «Співробітництво в сфері сільського господарства та розвитку сільської місцевості».

Однією зі специфічних рис Робочої програми на 2014–2017 рр. є велика увага до питань обміну досвідом країн щодо імплементації положень Угод про асоціацію (Молдова, Грузія, Україна).

У рамках багатостороннього виміру «Східного партнерства» триває робота над ініціативами-флагманами:

- 1) інтегроване управління кордонами;
- 2) інструмент сприяння малому та середньому бізнесу;
- 3) розвиток регіональних ринків електроенергії, підвищення енергоефективності та використання відновлювальних енергоресурсів;
- 4) управління довкіллям;
- 5) посилення взаємодії у контексті попередження, підготовки та запобігання наслідкам природних та техногенних катастроф.

Двосторонній вимір «Східного партнерства» для України доповнений новими елементами, яких не було до цього у двосторонніх відносинах з ЄС:

- Програма Всеохоплюючої інституційної розбудови;
- Програма регіонального розвитку.

Суттєве зближення України і ЄС відбулось наприкінці 2013 року внаслідок зміни політичних обставин в Україні. 21 березня 2014 року під час саміту ЄС було підписано політичні, а 27 червня і економічні положення Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Європейський Союз в односторонньому порядку надав Україні автономні торговельні преференції з 23 квітня 2014 р. до 1 листопада 2014 року. Метою зазначених заходів є одностороннє зменшення або скасування митних тарифів ЄС на товари, що походять з України. За основу введення автономного преференційного торгового режиму взято домовленості щодо лібералізації доступу до ринку ЄС в рамках Угоди про асоціацію, зокрема,

графік скасування увізних мит ЄС та домовленості щодо обсягів тарифних квот. При цьому, незважаючи на те, що режим діятиме впродовж лише 6 місяців, обсяги тарифних квот залишаються на тому ж рівні, як визначено положеннями Угоди про асоціацію.

Надалі 27 червня 2014 року головами держав або урядів Європейського Союзу та Президентом України Петром Порошенком у Брюсселі була підписана Угода про асоціацію між ЄС та Україною. А 16 вересня 2014 року Угода про асоціацію була одночасно ратифікована Верховною Радою та Європейським парламентом. Стаття 4 Угоди про асоціацію (йдеться про встановлення Поглибленої та Всеохопної Зони Вільної Торгівлі (ПВЗВТ) – має вступити у силу 31 грудня 2015 року.

Цілями асоціації є:

1) сприяти поступовому зближенню Сторін, ґрунтуючись на спільних цінностях і тісних привілейованих зв'язках, а також поглиблюючи зв'язок України з політикою ЄС та її участь у програмах та агентствах;

2) забезпечити необхідні рамки для посиленого політичного діалогу в усіх сферах, які становлять взаємний інтерес;

3) сприяти, зберігати й зміцнювати мир та стабільність у регіональному та міжнародному вимірах відповідно до принципів Статуту ООН і Гельсінського заключного акта Наради з безпеки та співробітництва в Європі 1975 року, а також цілей Паризької хартії для нової Європи 1990 року;

4) запровадити умови для посилених економічних та торговельних відносин, які вестимуть до поступової інтеграції України до внутрішнього ринку ЄС, у тому числі завдяки створенню поглибленої і всеохоплюючої зони вільної торгівлі, як це визначено у Розділі IV («Торгівля і питання, пов'язані з торгівлею») цієї Угоди, та підтримувати зусилля України стосовно завершення переходу до діючої ринкової економіки, у тому числі шляхом поступової адаптації її законодавства до норм ЄС;

5) посилювати співробітництво у сфері юстиції, свободи та безпеки з метою забезпечення верховенства права та поваги до прав людини і основоположних свобод;

б) запровадити умови для дедалі тіснішого співробітництва в інших сферах, які становлять взаємний інтерес.

Негативним чинником розвитку процесу інтегрування України з ЄС залишаються внутрішньо- і зовнішньоекономічна політики урядів, що сформували комплекс проблем у створенні догвірного простору, у сфері забезпечення національної безпеки, розвитку всіх форм зовнішньоекономічного співробітництва. За останні роки Україна поступово формувала і довго уточнювала власну стратегію вступу в перспективі у Європейський Союз. Однак на підготовчому етапі та довгому шляху у напрямі інтеграції до ЄС велика робота зі структурної перебудови економіки, реформування власності, здійснення макроекономічної стабілізації, форсування економічного зростання відбувалося з перемінним успіхом. Високі макроекономічні стандарти, які склались в економіці країн-членів ЄС, так і не були досягнуті. Будь-яка країна, що претендує на членство у ЄС, а потім стає членом Європейського Валютного Союзу, зобов'язана мати досить високі економічні та фінансові показники, які відповідають макроекономічним стандартам країн-членів ЄС (так звані «критерії конвергенції»). Якщо говорити про Україну, то вона на сьогодні за багатьма макроекономічними показниками стоїть набагато нижче того, що вимагається за цими критеріями. В Україні в 2000-х роках показник ВВП на душу населення, згідно з підрахунками за офіційним курсом гривні, коливався від 700 до 1000 дол. США, тобто нинішнє співвідношення рівня економічного розвитку України до показників ЄС являтиме собою наступну картину:

ВВП на душу населення в Україні, % до середніх показників членів та кандидатів на вступ до ЄС:

До основної групи членів ЄС	2 %
До групи найменш економічно розвинених членів ЄС	5 %
До групи претендентів на вступ «першої хвилі»	11 %
До групи інших претендентів середнього рівня розвитку	22 %
До групи найменш економічно розвинених претендентів	40 %

На цьому шляху основні зусилля мають спрямовуватися на:

- інтеграцію господарства України у загальноєвропейський економічний простір шляхом розширення доступу українських товарів на європейські ринки, ліквідацію технічних бар'єрів у торгівлі та поглиблення виробничої кооперації;
- підтримку вітчизняних товаровиробників і вдосконалення міжнародно-правового механізму захисту їх інтересів;
- гармонізацію економічного законодавства відповідно до стандартів ЄС і ГАТТ/СОТ та забезпечення економічних і правових передумов для створення зони вільної торгівлі Україна – ЄС у 2016 році.

27.3. Чорноморське економічне співробітництво як один з інтеграційних векторів України

Ще у 1987 році встановлення прямих зв'язків між Україною і сусідніми державами, включення українських підприємств у розробку великих регіональних проектів, формування в різних областях і містах організаційних і комерційних структур стали першим кроком у напрямі до великомасштабного регіонального економічного співробітництва України з країнами чорноморського регіону.

Стосовно України причорноморське співробітництво слід розглядати у вузькому та широкому сенсі. У вузькому – йдеться про співробітництво територій, які безпосередньо виходять до Чорного моря і в господарському відношенні тісно з ними пов'язані. Цей рівень регіонального співробітництва бере коріння у колишній прибережній і прикордонній торгівлі. У широкому сенсі йдеться про включення у чорноморське співробітництво всього економічного простору України. Базисом для цього рівня регіонального співробітництва є урізноманітнення напрямів і зростання гнучкості підприємницької діяльності по всій Україні. Звичайно, на цьому рівні ще мають бути розроблені і введені в дію відповідні закони, що визначатимуть економічні механізми заохочення регіонального співробітництва.

Україна робить свій внесок у розширення і поглиблення співробітництва в рамках ЧЕС. Зокрема, вона запропонувала

створити єдиний інвестиційний простір, спільний ринок інвестиційних проектів і гармонізувати законодавства країн ЧЕС. Щоб посилити довіру між країнами і створити більш сприятливий клімат у регіоні, Україна внесла пропозицію зменшити в ньому військову присутність.

ЧЕС для України – це, передусім, механізм взаємодії урядових та підприємницьких структур, який має забезпечити розвиток економічного співробітництва країн-учасниць у рамках курсу на повноцінне входження до загальноєвропейського економічного простору. Участь України в Чорноморському економічному співробітництві доцільно орієнтувати на досягнення таких цілей:

– розвиток двосторонніх економічних відносин з окремими країнами-членами ЧЕС на прагматичній основі. Крім країн СНД, членів цього угруповання, особливе значення матимуть стосунки з Туреччиною як своєрідним плацдармом для проникнення на ринки Близького Сходу і транзитною територією для альтернативного надходження нафтопродуктів в Україну, джерелом відносно дешевих і якісних товарів народного споживання та сировини для легкої промисловості України. Економічні відносини з Грецією мають пріоритетне значення для виходу України на ринки ЄС, розвитку співробітництва в басейні Середземного моря;

– селективну участь у розробці та реалізації спільних проектів ЧЕС, насамперед, у таких сферах, як екологія, наука і технології, транспортна та інформаційно-комунікаційна інфраструктури, туризм, охорона здоров'я, інвестиційна діяльність, розвиток малого і середнього бізнесу.

Стан зовнішньоекономічних та політичних взаємин України та ЧЕС свідчить про наявність певних труднощів і негативних моментів, котрі гальмують подальший розвиток цих відносин, а саме:

1) криза економіки України, нестабільне політичне становище, повільні темпи економічних та інституціональних реформ, а також загострення внутрішньоекономічної кризи і політичної напруженості в інших країнах-членах ЧЕС;

2) досить слабкий вплив економічного потенціалу ЧЕС на подолання кризових явищ у національних економіках країн-учасниць цієї організації;

3) неузгодженість дій сторін у реалізації укладених угод, їх певна декларативність та низька дієвість;

4) недостатнє залучення іноземного капіталу в Україну;

5) недостатня ефективність співробітництва в рамках ЧЕС, пов'язана з наявністю територіальних претензій ряду країн до інших, і відсутність на сьогодні можливостей політичного їх врегулювання;

б) певне політичне протистояння та деяке загострення стосунків між окремими країнами (протистояння Росії та Туреччини і намагання першої зашкодити становленню українсько-турецьких стратегічних відносин, протиріччя між Туреччиною і Грецією, Азербайджаном і Вірменією та інші).

Вісімнадцять років існування ЧЕС дають підстави, незважаючи на деякі скептичні прогнози, зробити однозначний висновок про перспективи в плані дієздатності цієї порівняно молодій регіональній організації і про зацікавленість України у співробітництві в її рамках. Привабливість і корисність співробітництва з ЧЕС (11 країн) засвідчує як наявність цілого ряду країн-спостерігачів, так і намагання інших країн стати її повноправними членами.

27.4. Співробітництво України з країнами-членами СНД

Україна розглядає СНД як механізм багатосторонніх консультацій і переговорів, який доповнює процес формування двосторонніх взаємин між державами-учасницями Співдружності, оскільки за таких умов СНД має перспективи на існування і відповідно слугуватиме забезпеченню національних інтересів усіх країн-учасниць. Водночас Україна виступає проти надання Співдружності статусу суб'єкта міжнародного права. Загалом можна констатувати, що двостороння співпраця країн-учасниць у різних галузях розвивається набагато ефективніше, ніж багатостороння. З огляду на це країна намагається активізувати свою роль у СНД, налагоджуючи двостороннє співробітництво на взаємовигідній

основі. Це стосується, перш за все, українсько-російських взаємин, які є стратегічно важливим і пріоритетним напрямом зовнішньої політики України.

Головне завдання для України – не послабити співробітництва з іншими країнами, що з'явилися на пострадянському просторі. До таких країн на європейському континенті, зокрема, належить Молдова. З огляду на наявність чисельної української громади в цій державі Україна прагне до розширення й поглиблення двосторонніх зв'язків із сусідньою країною. Свідченням цього стала активна участь України у вирішенні придністровської проблеми та укладення ряду нових угод, які стали суттєвим кроком в економічному зближенні України з Молдовою. Зокрема, це стосується Декларації про основні принципи двостороннього Митного союзу та інші не менш важливі двосторонні домовленості.

Пріоритетне місце у зовнішній політиці України належить Білорусі, оскільки Україна в цілому посідає друге місце в зовнішньоторговельному обороті цієї країни. Ефективною формою зв'язків з Білоруссю стала співпраця прикордонних областей двох країн. Україна, крім того, підтримує зважений політичний діалог з владою, у т.ч. й на вищому рівні. У результаті плідної співпраці підписано Українсько-білоруський договір про державний кордон.

Особливу увагу Україна приділяє взаємозв'язкам з країнами Закавказзя. У взаєминах з Азербайджаном, Грузією та Вірменією країна виходить із пріоритету економічної взаємовигоди. Так, з першими двома країнами укладені багатообіцяючі тристоронні угоди про створення транспортного коридору Закавказзя – Європа. З цими країнами підписано ряд важливих політичних і економічних домовленостей (Договір про дружбу і співробітництво, Угода про запобігання подвійному оподаткуванню, Угода про створення Євразійського транспортного коридору тощо).

Розвиваються відносини з країнами Центрально-азійського регіону, зокрема, досягнуто важливих домовленостей щодо кооперації в галузі машинобудування, енергетичного комплексу та енергоємних виробництв з Республікою Казахстан. Поглиблюється стратегічне партнерство України з Узбекистаном, з яким

було підписано ряд двосторонніх угод про запобігання виникненню подвійного громадянства, співробітництво в галузі митної справи, співробітництво в галузі фармацевтичної промисловості тощо. Враховуючи існуючі перспективи розробки газових і нафтових родовищ на території Узбекистану, він може стати важливим партнером України у сфері диверсифікації джерел енергозабезпечення. Останнє поки що значною мірою залежить від Росії та Туркменістану, з яким Україна намагається зберегти найкращі взаємини. Політичною базою для цього є те, що Туркменістан і Україна прагнуть утвердитися як нейтральні позаблокові держави. Плідно складаються зв'язки з Киргизькою Республікою, з якою Україна уклала новий основний політичний Договір та ряд двосторонніх угод економічного і правового характеру. Вище згадані домовленості багато в чому визначають перспективи співробітництва України з країнами-учасниками СНД на взаємовигідній двосторонній основі.

Слід зауважити, що для України доцільно було активніше входити до міждержавних координуючих структур Економічного союзу СНД. Найбільш актуальним у сфері економічної співпраці є створення режиму вільного руху товарів, а також формування ефективної міждержавної розрахункової системи (на основі платіжної або клірингової угоди). Без налагодження такого типу інтеграційних зв'язків Україна може втратити зовнішні ринки в країнах-членах СНД на тлі втрати конкурентних позицій на інших ринках. Тому виникає реальна загроза для України втратити ключові елементи свого експортного потенціалу внаслідок розриву не лише неефективних, а й ефективних науково-технічних та виробничих зв'язків.

У цілому інтеграційна політика стосовно країн-членів СНД та Балтії має орієнтуватися на створення спільних ринків товарів, послуг, капіталів і робочої сили. Важливо зазначити, що існують різні варіанти «інтеграційної поведінки» України в рамках СНД, де формуються як нові взаємовідносини на двосторонній основі, так і секторальні (галузеві), субрегіональні й інституціональні (наднаціональні) інтеграційні структури.

27.5. Участь України у квазірегіональних інтеграційних процесах

Організація за демократію і економічний розвиток – ГУАМ є міжнародною регіональною організацією, до складу якої входять Грузія, Україна, Азербайджанська Республіка та Республіка Молдова. В інституційному становленні ГУАМ пройшла декілька етапів:

I. Консультативний форум ГУАМ. Був заснований 10 жовтня 1997 року в рамках Саміту Ради Європи в м. Страсбург.

II. Об'єднання ГУАМ. Було засновано 7 червня 2001 р. з підписанням Ялтинської хартії ГУАМ в рамках Саміту голів держав.

III. Організація за демократію і економічний розвиток – ГУАМ. Створена 23 травня 2006 р. на Київському саміті ГУАМ, у ході якого глави держав підписали Статут Організації.

Згідно із Статутом основними цілями ГУАМ є:

- затвердження демократичних цінностей, забезпечення верховенства права і повага прав людини;
- забезпечення сталого розвитку;
- зміцнення міжнародної і регіональної безпеки і стабільності;
- поглиблення європейської інтеграції для створення загального простору безпеки, а також розширення економічного і гуманітарного співробітництва;
- розвиток соціально-економічного, транспортного, енергетичного, науково-технічного і гуманітарного потенціалу;
- активізація політичної взаємодії і практичної співпраці в сферах, що представляють взаємний інтерес.

Структура Організації включає Раду і Секретаріат. Рада є основним органом Організації. Він проводить свою роботу на рівнях глав держав (саміт), міністрів закордонних справ, національних координаторів і постійних представників. Відповідно до рішень Київського саміту ГУАМ в Києві створено Секретаріат Організації, очолюваний Генеральним секретарем. До створення Секретаріату його функції виконував Інформаційний офіс ГУАМ в Україні.

З метою розвитку співпраці ділових кіл діє Ділова рада ГУАМ, яка сприяє виконанню договорів, прийнятих у рамках ГУАМ, угод про розвиток співпраці між підприємницькими колами і суб'єктами господарської діяльності держав-учасників ГУАМ.

Рада сприяє поглибленню різностороннього економічного співробітництва в рамках ГУАМ, реалізації режиму вільної торгівлі, забезпеченню сприятливих умов для переходу до вищого рівня економічного співробітництва, заснованого на вільному переміщенні товарів, послуг і капіталів, розвитку коопераційних зв'язків і науково-технічної співпраці між підприємствами країн-учасників ГУАМ, торгівлі, інвестиційної діяльності, наданню послуг у сфері виробничої і підприємницької діяльності. До складу Ділової ради входять три комітети: (1) політичний; (2) торговельно-економічний; (3) з питань науки, культури і освіти.

ГУАМ активно співпрацює з іншими державами. Відповідно до Рамкової програми «ГУАМ – США» зі сприяння торгівлі і транспортуванню, забезпеченню прикордонного та митного контролю, боротьбі з тероризмом, організованою злочинністю та розповсюдженням наркотиків. Державами ГУАМ за сприянням США, Центру SECI, експертів Болгарії, Румунії і Угорщини були реалізовані ряд сумісних проектів. Зокрема, створений Віртуальний центр ГУАМ по боротьбі з тероризмом, організованою злочинністю, розповсюдженням наркотиків та іншими небезпечними видами злочинів.

Більшість експертів вважають ГУАМ неефективною системою, що мала б стимулювати зв'язки між пострадянськими республіками, проте зорієнтована на внутрішні проблеми, а не на зовнішній розвиток. Російські експерти вважають, що геополітичний смисл ГУАМ полягає у видавлюванні Росії із зони прикаспійських вуглеводних ресурсів і обхід РФ у поставках енергоносіїв до Європи.

27.6. Взаємовідносини України з єврорегіонами «Карпати» та «Буг»

Інтеграційна політика України щодо східноєвропейських країн зорієнтована на відновлення ефективних традиційних зв'язків у сфері міжнародної спеціалізації та кооперування. Зокрема, ефективними формами інтеграції з цими країнами залишаються субрегіональні угруповання – єврорегіони «Карпати» і «Буг». Значний вплив на розвиток такої інтеграції можуть справляти спеціальні (вільні) економічні зони різних типів, які доцільно відновити у відповідних регіонах України.

До *Карпатського єврорегіону* (КЄ) можна віднести території, розташовані на прикордонні України, Польщі, Угорської Республіки, Румунії та Словаччини (Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська та Чернівецька області України, Кросненське, Перемишлянське воєводства Польщі, комітети Саболч-Сатмар Берег, Хайду Бігар та Абауй Земплін Угорщини, 6 районів Словаччини, Сатумарський та Сучавський повіти, що в Румунії). Асоціація «Карпатський єврорегіон» була створена у лютому 1993 р. в м. Дебрецен (Угорщина) представниками органів місцевого самоврядування і місцевих адміністрацій Польщі, Угорщини і України. До КЄ також увійшли Словаччина (асоційований член) та Румунія (участь у роботі КЄ фактично беруть два повіти Румунії всупереч позиції центральної влади). Карпатський єврорегіон – відкрите міжнародне об'єднання адміністративних одиниць і може збільшуватися за рахунок інших територіальних суб'єктів у регіоні Карпатського хребта. КЄ – це міжнародне співробітництво органів освіти та культурно-освітніх організацій, а також органів державного управління та місцевого самоврядування. Україна як незалежна держава уклала зі своїми сусідами-державами Карпатського регіону державні угоди про дружбу та співробітництво на перспективу.

У вересні 1995 р. у м. Луцьку було підписано Угоду про створення асоціації транскордонного співробітництва «*Єврорегіон Буг*». Створення асоціації «Єврорегіон Буг» відповідає цілям і принципам ОБСЄ, зокрема положенням, що містяться в Гельсінкському документі 1992 р., а також Конвенції Ради Європи про основні принципи транскордонного співробітництва між те-

риторіальними громадами або органами влади, з липня 1993 року Україна взяла участь у цій структурі. Відповідно до цієї Конвенції транскордонне співробітництво здійснюється в межах компетенції територіальних органів влади, визначеної внутрішнім законодавством. Розвиток двостороннього транскордонного співробітництва між Україною і Польщею позитивно впливає на поліпшення економічної і політичної ситуації у відповідних регіонах України. Основною метою транскордонного співробітництва є залучення прикордонних областей України (Волинська обл.) та Хелмського, Люблінського, Замостського, Тарнобжезького і Бялопідляського воєводств Республіки Польща до взаємовигідної співпраці, розширення економічних зв'язків, сприяння налагодженню безпосередніх контактів як між адміністративними органами, так і між підприємствами регіонів двох країн.

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Цілі інтеграційних процесів України в системі світового господарства?
2. Пріоритетні напрями та засоби економічної інтеграції України?
3. Передумови інтеграційних процесів, що сприяють ефективній зовнішньоекономічній політиці України?
4. Перепони, що заважають здійсненню інтеграційних намірів України?
5. Простір і перспективи реалізації регіональних інтеграційних інтересів України?
6. Перспективи і шляхи реалізації європейських інтеграційних намірів України?
7. Роль і значення членства України у Чорноморському економічному співробітництві?
8. Перспективи участі України у СНД та ЄврАзЕС?
9. ГУАМ: розвиток і перспективи регіонального утворення?
10. Перспективи розвитку міжнародних економічних відносин України у рамках єврорегіонів?

ГЛАВА 28

ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ В МІЖДЕРЖАВНИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОСТІР

Ключовим питанням міжнародної інноваційної співпраці в умовах зовнішньоекономічної інтеграції є пошук «ніші» у міжнародному інноваційному середовищі, визначення таких напрямів інноваційної діяльності, які забезпечать виробництво високотехнологічної продукції та надання інноваційних послуг з вищим рівнем доданої вартості, ніж у країнах-конкурентах.

28.1. Позиціонування України у міжнародних інноваційних процесах

Інноваційні чинники економічного розвитку діють у глобальному конкурентному просторі і породжують технологічний прорив або технологічне відставання країн. Протягом останніх років позиції України в світогосподарських інноваційних процесах погіршуються. Про це свідчать такі факти і цифри:

- приріст ВВП за рахунок впровадження нових технологій в Україні становить 0,7 %, тоді як у розвинених країнах цей показник досягає 60–90 %;

- питома вага обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП скоротилась і становить 0,81 % ВВП проти 1,36 % у 1996 році, тоді як у високорозвинених країнах цей показник становить 2,5–4 % ВВП;

- частка експорту високотехнологічної продукції становить близько 3 % загального обсягу експорту, що приблизно у десять разів нижче порівняно з лідером експорту – США, у п'ять разів – порівняно з країнами ОЕСР та втричі – порівняно з Росією;

- кількість організацій, які виконують наукові дослідження і розробки, зменшилась на 15 %, а чисельність наукових кадрів – майже у 3,8 раза, тоді як у США та Західній Європі за цей період вона збільшилась у 2 рази, у Південно-Східній Азії — у 4 рази;

– кількість підприємств, що впроваджують інновації, має довгострокову тенденцію до зниження і є у 3–4 рази меншою, ніж в інноваційно розвинених економіках;

– питома вага інноваційної продукції у загальному обсязі промислової становить лише 3,3 %, що у 7 – 9 разів менше, ніж у високорозвинених країнах ЄС;

– Україна посідає 84 місце в рейтингу глобальної конкурентоспроможності 2013/2014, залишивши попереду більшість країн СНД.

За результатами рейтингу глобальної конкурентоспроможності 2013–2014 рр., проведеного Всесвітнім економічним форумом, Україна належить до країн, що перебувають на стадії переходу від факторно-орієнтовних до орієнтованих на ефективність економік.

Позиції України у світових рейтингах погіршуються за багатьма параметрами або немає їх динамічних позитивних зрушень (рис. 28.1–28.2).

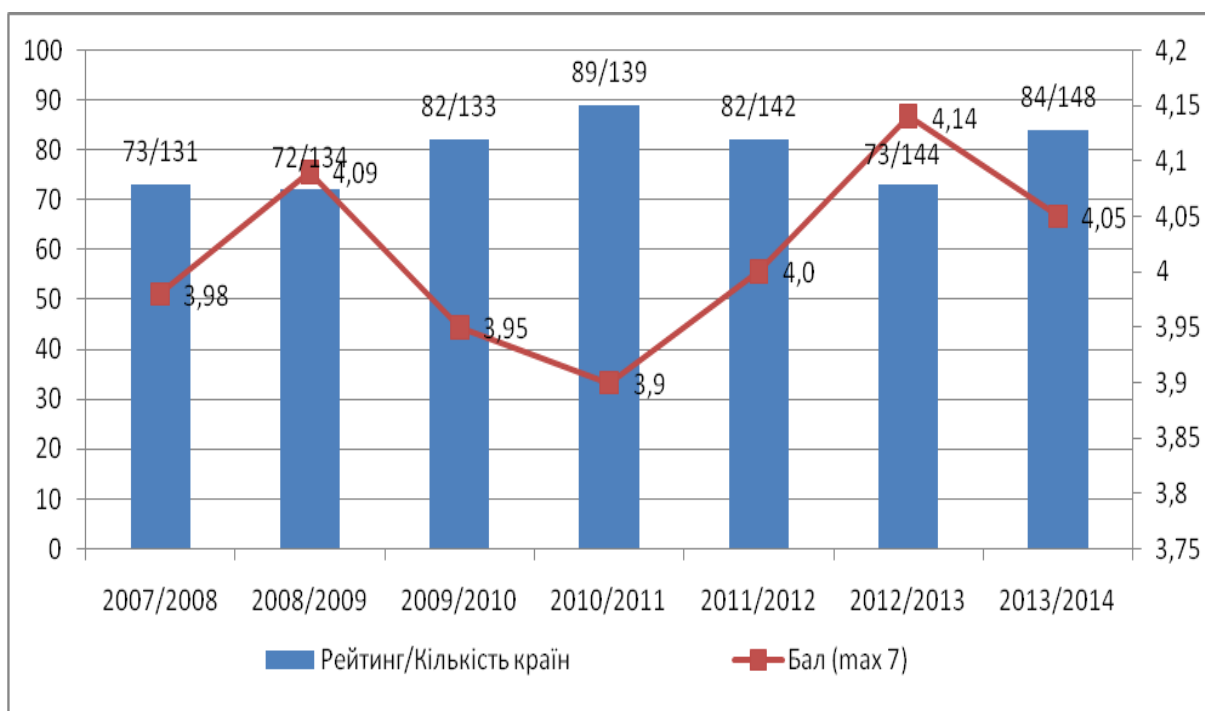


Рис. 28.1. Динаміка позицій України у рейтингу глобальної конкурентоспроможності

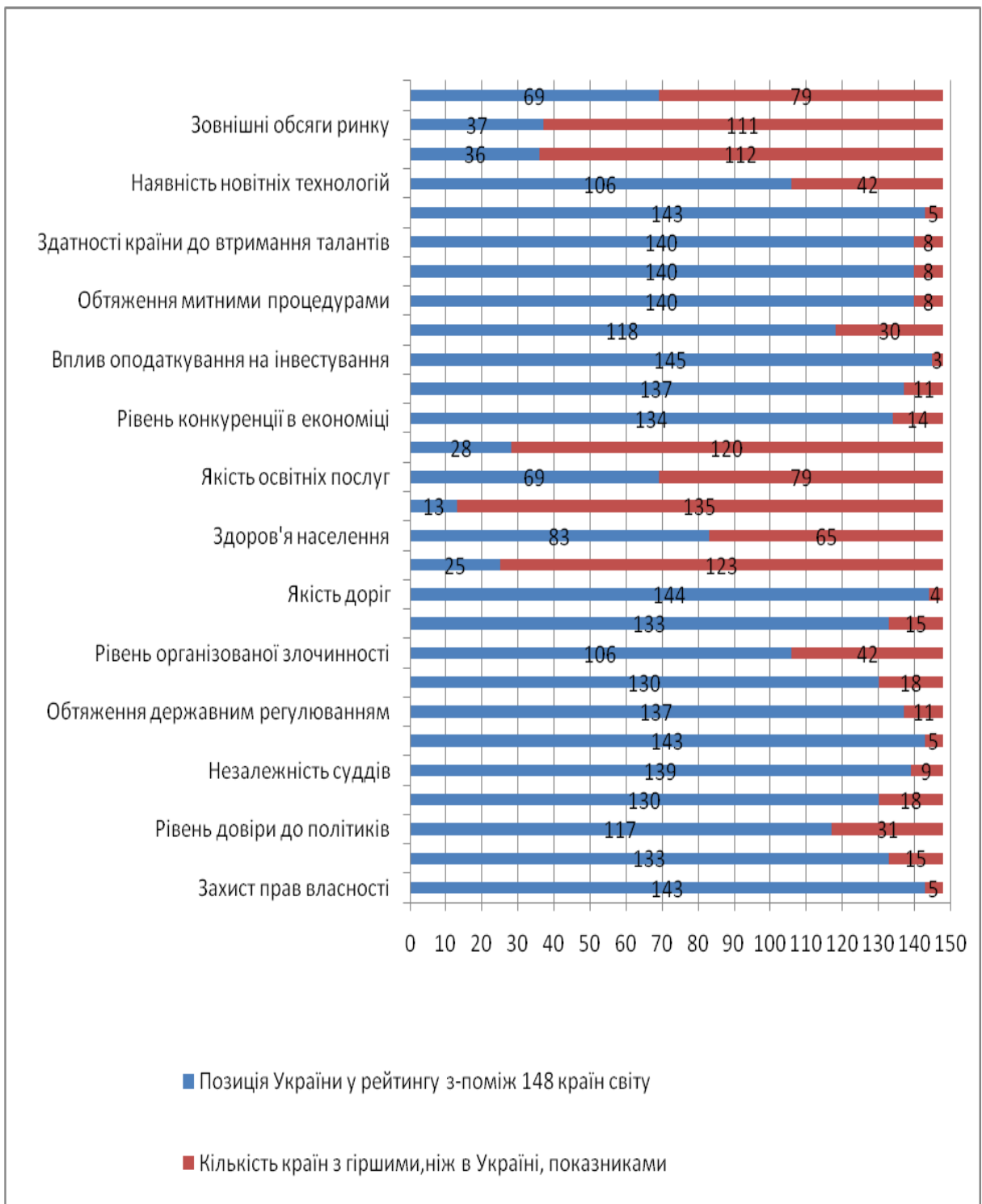


Рис. 28.2. Позичіонування України в рейтингу глобальної конкурентоспроможності 2013–2014 рр.

За рівнем технологічного розвитку Україна посіла 94 місце, погіршивши свої позиції відносно 2012–2013 рр. лише на 12 пунктів, а за рівнем інновативності – 93 місце – мінус тридцять п'ять позицій (табл. 28.1).

**Позиції України за інноваційною та технологічною
складовими глобальної конкурентоспроможності***

Складова	Рейтинг		
	2013– 2014	2012– 2013	2011– 2012
<i>Технологічна готовність, у тому числі:</i>	94	82	83
Доступність найсучасніших технологій	106	96	92
Використання технологій на рівні підприємства	100	82	96
Трансфер прямих іноземних інвестицій та технологій	131	124	124
Користувачі Інтернету	93	92	70
Кількість користувачів високошвидкісного Інтернету	71	69	71
Інтернет-зв'язок	84	77	96
<i>Інновативність, у тому числі:</i>	93	58	63
Інноваційна спроможність	100	42	37
Якість послуг науково-дослідних інститутів	69	72	68
Витрати компаній на дослідження та розвиток	112	75	69
Співробітництво між університетами та реальним сектором економіки з приводу наукових досліджень	77	70	72
Закупівля державою високотехнологічних продуктів	118	112	112
Наявність учених та інженерів	46	51	53
Кількість патентів (статистичні дані)	52	71	64

*Узагальнено за даними Global Competitiveness Report [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/>

Щодо авторитетного рейтингу Doing Business, який досліджується Міжнародною фінансовою корпорацією, що входить до складу Світового банку, то у 2013–2014 роках Україна досягла найкращих результатів щодо покращання умов ведення бізнесу (по 8 з десяти позицій, крім «Захист прав інвесторів», «Виконання зобов'язань по контракту»), перемістившись з 152 місця у 2012 році на 112 – у 2014 році (табл. 6.2).

**Місце України у рейтингу Doing Business
за складовими у 2009–2014 роках**

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Зміна 2014/2013
Складність ведення бізнесу, загальна оцінка	145	147	149	152	137	112	-25
<i>За субіндексами:</i>							
- започаткування бізнесу	128	136	118	116	50	47	-3
- реєстрація власності	140	160	165	168	149	97	-52
- сплата податків	180	181	181	183	165	164	-1
- підключення до мережі електропостачання			169	170	166	172	+6
- виконання зобов'язань щодо контракту	48	43	44	44	42	45	+3
- банкрутство	143	145	158	158	157	162	+5
- отримання кредиту	28	30	21	23	23	13	-10
- дозвільна система у будівництві	179	181	182	182	183	41	-142
- зовнішня торгівля	121	139	136	144	145	148	+3
- захист прав інвесторів	142	108	108	114	117	128	+11

Через непослідовність проведення інноваційної політики за роки незалежності не тільки не реалізована стратегія нарощування інноваційного потенціалу, а й поглиблені процеси технологічного відставання від розвинених країн світу, що створює реальні загрози перетворення України на сировинний придаток країн-новаторів.

У таких умовах інновації й інноваційний розвиток спроможні забезпечити економічну незалежність України і подолання розриву з розвиненими країнами, а інноваційні суб'єкти господарювання є тією рушійною силою, яка забезпечуватиме макроекономічне зростання.

Особливістю сучасного етапу організації інноваційної діяльності є створення інноваційних структур, які об'єднують в єдиний процес дослідження і виробництво. Це передбачає наявність тісного зв'язку всіх етапів циклу: «наукові дослідження – технологія – виробництво – споживання інноваційного продукту», створення цілісних наукових і виробничо-збутових систем, об'єктивно обумовлених науково-технічним прогресом і потребами маркетингової орієнтації.

28.2. Інтеграція України в Європейський інноваційний простір

У Лісабонській стратегії як ключовому документі Європейського Союзу виділено такі пріоритети інноваційної політики:

- 1) поліпшення інноваційного середовища;
- 2) стимулювання ринкового попиту на інновації і використання концепції «лідуючих» ринків;
- 3) стимулювання інновацій у державному секторі;
- 4) посилення регіональної інноваційної політики.

Стратегією інтеграції України до Європейського Союзу визначено курс на розвиток національної економіки за інноваційною моделлю, відповідно до якої головним джерелом економічного зростання мають стати нові наукові знання та процеси їх розширеного продукування і комерціалізації. Участь України в європейських інтеграційних процесах можлива у рамках Сьомої рамкової програми з наукових досліджень і розвитку технологій на 2007–2013 рр. «Будівництво Європейського дослідницького простору знань для зростання». Програмою передбачено широкі можливості для міжнародної співпраці, що дає можливість українським науково-дослідним організаціям брати участь у конкурсах програми з метою отримання фінансування для реалізації спільних науково-дослідних проектів за всіма тематичними розділами і напрямками.

Програма «Співробітництво», що є складовою Сьомої рамкової програми, сприяє співробітницьким дослідженням у країнах-партнерах за допомогою проектів міжнаціональних консорціумів промислових та наукових співтовариств. При цьому виді-

лено десять дослідницьких пріоритетів: здоров'я; продукти харчування, сільське господарство та біотехнології; інформаційні та телекомунікаційні технології; нанонауки, нанотехнології, нові матеріали та технології; енергетика; навколишнє середовище; транспорт; соціально-економічні та гуманітарні науки; космос; безпека. У Рамковій програмі можуть брати участь і організації, і окремі спеціалісти: дослідні групи при університетах або дослідні організації; інноваційні компанії; малі та середні підприємства, урядові структури, науковці-початківці; досвідчені науковці; міжнародні дослідні установи.

Україна доєдналась до Міжнародної європейської інноваційної науково-технічної програми «EUREKA», основним завданням якої є розвиток міжнародного співробітництва з метою підвищення продуктивності та конкурентоспроможності європейської промисловості та економіки, а також створення основи для покращання якості життя та зайнятості населення⁴.

Програма реалізується за допомогою спільних проектів, метою яких є сприяння розвитку промислового, технологічного та наукового співробітництва, зокрема у таких сферах: inf – інформаційні технології; com – зв'язок; ene – енергетика; bio – медицина та біотехнології; tra – транспорт; mat – нові матеріали; rob – роботи та промислова автоматизація; las – лазери; env – екологія.

У рамках програми EUREKA реалізуються такі види проектів:

1. *Звичайні проекти*. Незалежні один від одного проекти, які формуються в одній з перерахованих вище сфер та реалізуються в рамках загальних процедур програми.

2. *«Зонтичні» проекти (Umbrella projects)*. Проекти, які об'єднані в рамках відповідних технологічних сферах і мають самостійні цілі та завдання. Таке об'єднання полегшує процес ініціювання проектів та підбору партнерів. На сьогодні в рамках

⁴ Закон України «Про ратифікацію Заяви про членство України в Міжнародній європейській інноваційній науково-технічній програмі "EUREKA" від 1 жовтня 2008 року № 610-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/> [79].

програми функціонують 9 «зонтиків» (EUROMAR, EUROENVIRON, EUROAGRI, EUROSURF, CARE ELECTRONICS, FACTORY, WOOD-INITIATIVE, LOGCHAIN, EUROTOURISM).

3. *Кластерні проекти* (Cluster projects). На відміну від «зонтичних» проектів, кластери являють собою стратегічні напрями співробітництва в рамках програми. Проекти, які входять у кластер, об'єднані однією метою.

4. *EUROSTARS* – європейська програма розвитку малих та середніх підприємств у сфері інноваційної діяльності. Програма направлена на дослідження в будь-якій технологічній сфері, які мають на меті розвиток нового продукту, процесу або обслуговування.

Однак сьогодні основною інноваційною міждержавною програмою, що діятиме у 2014–2020 роках, є програма «Горизонт 2020» (основні розробники і провайдери – Європейська дослідницька Рада (ERC), Європейський інститут інновацій та технологій (EIT), Спільний Дослідницький Центр (IRC), ЄВРАТОМ)

Програма включає три основні частини:

1. Передова наука – приблизний бюджет 24,3 млрд євро.

Фінансування у рамках цього компонента буде виділено на:

– підтримку найталановитіших та креативних науковців і їх команд для проведення передових досліджень на найвищому рівні у рамках Європейської дослідницької ради;

– наукову співпрацю з метою пошуку нових та перспективних областей досліджень через підтримку Майбутніх технологій;

– надання дослідникам достатньої кількості тренінгів та можливостей розвитку кар'єри у рамках програми дій Марі Складовської Кюрі;

– забезпечення доступу всіх європейських дослідників до висококласних дослідницьких інфраструктур (включаючи е-інфраструктури) (research infrastructures).

2. Конкурентоспроможні виробництва – приблизний бюджет 17 млрд євро.

Складова передбачає лідерство в індустріальних технологіях з підтримкою таких напрямів:

– **інформаційно-комунікаційні технології:** а) нове покоління компонентів та систем; б) нове покоління комп'ютеризованих систем; в) майбутнє мережі Інтернет; г) технології управління вмістом та управління інформаційними потоками; д) новітні інтерфейси та роботи; е) мікро- та наноелектроніка та фотоніка;

– **нанотехнології:** а) розробка нового покоління наноматеріалів, наноприладів та наносистем; б) забезпечення безпечної розробки та використання нанотехнологій; в) розвиток суспільного виміру нанотехнологій; г) ефективний синтез та виготовлення наноматеріалів, компонентів і систем; д) розробка техніки, методів вимірювання та обладнання, що підвищує продуктивність, зосереджуючись на основних технологіях, що сприяють розвитку та виведенню на ринок складних наноматеріалів і наносистем;

– **новітні матеріали:** а) міжгалузеві технології на основі передових матеріалів; б) розробка та перетворення матеріалів; в) використання матеріалів і компонентів; г) матеріали для екологічно раціональної та низьковуглецевої промисловості; д) матеріали для творчих галузей; е) метрологія, випробування характеристик, стандартизації та контроль якості; є) оптимізація використання матеріалів;

– **біотехнології:** а) стимулюючі передові біотехнології як рушійна сила майбутніх інновацій; б) промислові процеси на основі біотехнологій; в) інноваційні та конкурентні технологічні платформи;

– **космічна галузь** – специфічне завдання наукових досліджень та інновацій у космічній галузі полягає в розвитку конкурентної та інноваційної космічної промисловості та наукової спільноти, яка розроблятиме та використовуватиме космічну інфраструктуру для підтримки майбутньої політики та суспільних потреб ЄС.

3. Відповідь на соціальні виклики – приблизний бюджет 31 млрд євро.

Фінансування надаватиметься за такими пріоритетами:

- здоров'я, демографічні зміни та добробут;
- безпека продуктів харчування, стале сільське та водне господарство, лісництво, дослідження води (включаючи питну воду), біоекономіка;

- безпечна, чиста та ефективна енергетика;
- розумний, зелений та інтегрований транспорт;
- навколишнє середовище, клімат, ефективність ресурсів та сировини;
- Європа у змінному світі – інноваційні та розумні суспільства;
- безпечні суспільства – захист свободи та безпеки Європи і її мешканців;
- наука у суспільстві.

Участь інноваційного бізнесу у проектах Програми можлива за виконання таких мінімальних умов:

- не менше трьох юридичних осіб повинні брати участь в проектах;
- кожна з таких трьох юридичних осіб повинна бути заснована в країні-учасниці ЄС або в асоційованій країні;
- жодні дві з трьох юридичних осіб не можуть бути засновані в одній і тій самій країні-учасниці ЄС або в асоційованій країні;
- усі три юридичні особи повинні бути незалежними одна від одної.

На фінансування від ЄС (гранти можуть фінансуватися на 100% від загальних прийнятних витрат, окрім інноваційних грантів, де прибуткові організації отримують максимум 70 %), накладні витрати фінансуються ставкою 25 % від прямих прийнятних витрат) мають право такі особи:

- будь-яка юридична особа, заснована в країні-учасниці ЄС або в асоційованій країні, або створена за законодавством ЄС;
- будь-яка міжнародна організація за участі ЄС;
- будь-яка юридична особа, заснована в третій країні, визначеній у робочій програмі.

Загалом орієнтація європейської та пострадянської інноваційної стратегії на розширення горизонтальної координації інноваційної політики та посилення її регіонального рівня дозволить Україні посилити свої інноваційні позиції лише за умови впровадження системи ефективного управління інноваційним розвитком.

27.3. Співробітництво України в науковій та інноваційній сфері з країнами СНД

Інтеграційні процеси України у форматі СНД реалізуються на основі Стратегії економічного розвитку Співдружності Незалежних Держав на період до 2020 року⁵. Відповідно до Стратегії міждержавна інноваційна співпраця держав-учасників СНД передбачає:

1) створення міждержавного інноваційного простору з об'єднанням ресурсів національних інноваційних систем, що надасть системного характеру інноваційному розвитку та сприятиме спільному використанню науково-технічних розробок та винаходів;

2) посилення інноваційної компоненти економічного зростання на основі формування національних інноваційних систем та міждержавних інноваційних проектів;

3) впровадження заходів щодо створення імпортозаміщуючих виробництв в окремих сегментах економіки;

4) збільшення частки галузевої, академічної та вузівської науки у системах науково-технічних та інноваційних фондів;

5) формування повноцінного ринку нано- та біохімічної продукції, нових матеріалів та лікувальних засобів.

Загалом реалізація Стратегії дозволить досягти у 2020 р. стосовно 2008 р. зростання реального ВВП – у 2,4–2,7 раза; зростання обсягу торгівлі між країнами – у 2,5–3 рази; зростання продуктивності праці – у 2,5–3 рази; зниження енергоємності на одиницю ВВП – на 70 %; збільшення витрат на науку (на кінець періоду) до 3–4 % ВВП, на освіту – до 5–6 % ВВП, на охорону здоров'я – до 5–6 % ВВП; зростання частки країн СНД у світовій економіці – на 4,5–5 %; зростання реальних доходів на душу населення – у 3,3–3,7 раза.

Перспективним напрямом співпраці з країнами СНД є участь України в Міждержавній програмі інноваційної співпраці країн-членів Співдружності Незалежних Держав на період до

⁵ Стратегія економічного розвитку Співдружності Незалежних Держав на період до 2020 року / Затверджена рішенням Ради голів урядів СНД 14.11.2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cis.minsk.by> [37].

2020 року⁶. Основною метою цієї програми є створення умов для підвищення глобальної конкурентоспроможності економіки держав СНД, її трансформації у соціально орієнтовану економіку знань, реалізації пріоритетів економічного розвитку в інноваційній сфері на основі ефективної взаємодії національних інноваційних систем в інтегрованому інноваційному просторі, утвердження міжнародного авторитету СНД як одного зі світових центрів технологічного лідерства.

Програмою передбачається реалізація таких завдань:

- утворення міждержавного інноваційного простору, що об'єднуватиме можливості національних інноваційних систем;
- розвиток міждержавної кооперації в інноваційній сфері;
- мобілізація і розвиток науково-технологічного потенціалу;
- розвиток системи кадрового забезпечення міждержавної інноваційної співпраці;
- спільне ефективне використання та розвиток інноваційної інфраструктури;
- розвиток системи міждержавного регулювання інноваційної діяльності.

Пріоритетами науково-технологічного розвитку міждержавної інноваційної співпраці у форматі СНД у довгостроковій перспективі стануть такі:

- освоєння сучасних інформаційних технологій та розвиток інформаційної інфраструктури на основі систем супутникового та оптоволоконного зв'язку;
- розвиток нанотехнологій та створення наноматеріалів із заданими якостями;
- розвиток біотехнологій, генної інженерії, які забезпечуватимуть ефективність охорони здоров'я, АПК, фармакологічної, харчової та інших видів промисловості; використання технологій регенерації тканин;
- розвиток сонячної, вітрової, водневої енергетики та інших відновлювальних джерел енергії;

⁶ Межгосударственная программа инновационного сотрудничества государств-участников СНГ на период до 2020 года: предварительный проект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.cis.minsk.by [78].

- розвиток комплексу технологій ядерного циклу;
- розвиток лазерних технологій;
- комплексний розвиток ракетно-космічної промисловості;
- розвиток цивільної авіації, сучасних транспортних технологій з метою підвищення швидкості та надійності комбінованих перевезень;
- впровадження сучасних технологій із забезпечення житлового будівництва та модернізації ЖКГ;
- модернізація невиробничої сфери на основі сучасного обладнання;
- розвиток технологій моніторингу навколишнього середовища попередження природних та техногенних катастроф, ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій;
- підвищення якості навколишнього середовища на основі сучасних «чистих» технологій.

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Які передумови глобалізації інноваційних процесів?
2. Охарактеризуйте особливості зовнішньоінноваційної політики України.
3. Окресліть особливості позиціонування України в міжнародних інноваційних процесах.
4. Назвіть вектори інтеграції України в міжнародний інноваційний простір.
5. Наведіть основні характеристики Європейського інноваційного простору та його правове закріплення в міжнародних договорах.
6. Перерахуйте інноваційні програми ЄС, що реалізуються на сучасному етапі, та окресліть їх основні складові, цілі та пріоритети.
7. Розкрийте механізм участі України в інноваційних програмах ЄС.
8. Визначте основні цілі, пріоритети та напрями участі України в інноваційних програмах країн СНД. Які перспективні напрями міждержавної інноваційної діяльності України?

ЛІТЕРАТУРА ДО РОЗДІЛУ 6

1. Международные экономические отношения: учеб. / Н. Н. Ливенцев и др.; под ред. Н. Н. Ливенцева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, изд-во «Перспектив», 2006.
2. Новицький В. Є. Економічні ресурси цивілізаційного розвитку: навч. посіб. / Новицький В. Є. – К. НАУ, 2004.
3. Особенности экономической интеграции в странах Западного полушария / БИКИ. – 2001. – № 144. – С. 4–5.
4. Экономический прогноз по странам с развивающимся рынком / БИКИ. – 2001. – № 10.
5. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів / авт. упоряд.: Г. О. Андрощук, І. Б. Жилияєв, Б. Г. Чижевський, М. М. Шевченко. – К.: Парламентське вид-во, 2009. – 632 с.
6. World Investment Report 2013 / United Nations Conference of Trade and Development. – Switzerland: United Nations Publication, 2013. – 203 p.
7. Платіжний баланс і зовнішній борг України – 2013: [щоквартальне аналітично-статистичне видання Національного банку України]. – [Електронний ресурс]. – 148 с.– Режим доступу: www.bank.gov.ua.
8. Стратегія економічного розвитку Співдружності Незалежних Держав на період до 2020 року / Затверджена рішенням Ради голів урядів СНД 14.11.2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cis.minsk.by>.
9. *The Measurement of Scientific and Technological Activities / Frascati Manual 2002. Proposed Standard Practice for Surveys on Research and Experimental Development: OECD. Published by : OECD Publishing 2006.*
10. Модельный закон об инновационной деятельности / Принят на двадцать седьмом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ: Постановление от 16 ноября 2006 года № 27-16 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/997_g12/page.

11. Межгосударственная программа инновационного сотрудничества государств-участников СНГ на период до 2020 года: предварительный проект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.cis.minsk.by.

12. Про ратифікацію Заяви про членство України в Міжнародній європейській інноваційній науково-технічній програмі «EUREKA»: Закон України від 1 жовтня 2008 року № 610-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/>.

13. Олешко А. А. Управління інноваційним розвитком України в умовах зовнішньоекономічної інтеграції: [наукове видання] / Ю. М. Канигін, Г. І. Калитич, А. А. Олешко. – К.: Університет сучасних знань ТОВ «Знання» України, 2012. – 34 с.

Навчальне видання

Лілія Борисівна Шостак,
Анна Анатоліївна Олешко,
Олександр Іванович Дікареєв,
Олександр Сергійович Бадрак

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

У двох частинах

Частина 2

Редактор

О. В. Данильчик

Форматування та
комп'ютерна верстка

Н. М. Шамардак

Здано до друку 21.12.2015 р. Формат 60×84/16.
Папір офсетний № 1. Гарнітура „Times New Roman”.
Друк. арк. 11.4.
Наклад 300 прим. Зам. № 517.

*Підготовлено до друку Видавничо-поліграфічним центром
Національного університету ДПС України
08201, вул. К. Маркса, 31, м. Ірпінь, Київська обл., Україна*

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців, виготівників і
розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 4336 від 12.06.2012 р.*