



ЖУРНАЛ ЕВРОПЕЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Издание Тернопольского национального экономического университета

Валерий ГЕЕЦ

МОДЕРНИЗАЦИЯ В СИСТЕМЕ
«ОБЩЕСТВО – ГОСУДАРСТВО – ЭКОНОМИКА»

Р. Бойд ДЖОНСОН

КУЛЬТУРНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ В УКРАИНЕ

Елена БУЛАТОВА

ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ТРАНСКОНТИНЕНТАЛЬНОЙ
ИНТЕГРАЦИИ

Евгений КУРИЛЯК

КЛАСТЕРИЗАЦИЯ: ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ
И ЕГО РЕАЛИЗАЦИЯ В УКРАИНЕ

Надежда РЕЗНИК

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА:
СУЩНОСТЬ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Николай МАТВИИВ

ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ ГОСТЕПРИИМСТВА
В ИННОВАЦИОННОМ МАРКЕТИНГЕ УСЛУГ
РЕСТОРАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Елена КАРАСЬ

ТАРГЕТИНГ – ОДИН ИЗ ВИДОВ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

Том 13 (№ 3)
Сентябрь 2014



ЖУРНАЛ ЕВРОПЕЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

ISSN 1684-906X

Журнал
внесён в перечень
специализированных изданий
Высшей аттестационной комиссии
в области экономических наук
(Постановление ВАК Украины
№ 1-05/2 от 10.03.2010 г.)

Том 13 (№ 3). Сентябрь 2014

Издание Тернопольского национального экономического университета

Ректор – Андрей Крысоватый

Рекомендуется
к печати ученым советом ТНЭУ
(протокол № 2 от 1 октября 2014 г.)

Экономическая теория

- 237 Валерий ГЕЕЦ
МОДЕРНИЗАЦИЯ В СИСТЕМЕ «ОБЩЕСТВО – ГОСУДАРСТВО – ЭКОНОМИКА»

Международная экономика

- 253 Р. Бойд ДЖОНСОН
КУЛЬТУРНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ В УКРАИНЕ
- 266 Елена БУЛАТОВА
ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ТРАНСКОНТИНЕНТАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ
- 293 Евгений КУРИЛЯК
КЛАСТЕРИЗАЦИЯ: ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ И ЕГО РЕАЛИЗАЦИЯ В УКРАИНЕ

Макроэкономика

- 317 Надежда РЕЗНИК
СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА: СУЩНОСТЬ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Микроэкономика

- 326 Николай МАТВИИВ
ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В ИННОВАЦИОННОМ МАРКЕТИНГЕ УСЛУГ РЕСТОРАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
- 347 Елена КАРАСЬ
ТАРГЕТИНГ – ОДИН ИЗ ВИДОВ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

Адрес: 46000 Украина, г. Тернополь, ул. Львовская, 11/1202.
Тернопольский национальный экономический университет
Тел.: (0352) 47-50-75
E-mail: jee.tneu09@gmail.com
Web-страница: <http://jee.te.ua>

Журнал распространяется по почте, в розничной торговле, по электронной почте и по подписке.



Экономическая теория

Валерий ГЕЕЦ

**МОДЕРНИЗАЦИЯ В СИСТЕМЕ
«ОБЩЕСТВО – ГОСУДАРСТВО – ЭКОНОМИКА»**

Резюме

Проанализировано общее и спорное в обществе, государстве и экономике на пути модернизационных преобразований, и в соответствии с этим определена роль лично-человеческого фактора в их трансформации. Раскрыто влияние глобализации на развитие страны во взаимодействии мирового и национального. Обоснована роль государства в единстве общественного и личного, его способности к организации и реализации процесса использования ресурсов и накопления знаний, в объединении морали и разума, в чем нельзя обойтись без эффективного государственного и общественного контроля над процессами модернизации. Проанализированы настроения населения относительно отдельных составляющих общественного устройства Украины.

Ключевые слова

Модернизационные преобразования, национальные государства, постмодернизационная модель, общественное сознание, знания, разум,

© Валерий Геец, 2014.

Геец Валерий, докт. экон. наук, профессор, академик НАН Украины, Институт экономики и прогнозирования НАН Украины.

нравственность, человеческий капитал, социальное государство, степень государственного присутствия, государственный и общественный контроль.

Классификация по JEL: A13, P20.

(Продолжение, начало в предыдущем номере журнала)

Часть 2

Население об общественном устройстве и роли державы

В Украине, как и в других государствах, ставших на путь рыночных реформ, для минимизации трансформационных издержек предполагалось формирование социального государства, а развивающиеся в условиях рыночной демократии и свобод гражданские учреждения должны были выступать как институты определенного характера, которые берут на себя ответственность за соблюдение социальных норм, позволяющих преодолеть негативизм наступающей индивидуализации, часто минимизирующей нравственность во взаимодействии субъектов, даже несмотря на высокую степень образованности населения страны, которое, согласно декларациям, придерживается либерально-демократических основ в общественном устройстве, а на самом деле ориентируется на сильное и эффективное государство с присущей ему нравственностью и просвещенностью, хотя на деле вместо социального во многих случаях сформировалось патерналистское государство, да еще и с нередко встречающейся олигархической формой правления.

В происходящих процессах государство, в первую очередь социальное, обеспечивает функционирование экономических институтов в институциональных рамках, а не только решает задачу относительно заботы об обездоленных. Таким образом, в социальном государстве в определенной степени преодолевается, с одной стороны, неравенство между людьми, которое, несмотря ни на что, в условиях доминирования неоклассической доктрины все же углубляется из-за превалирования индивидуализированного и часто аморального поведения, хотя, с другой стороны, им обеспечивается взаимодействие институтов, в стабильности которых заинтересованы как

субъекты предпринимательской деятельности, так и население, а также имеет место соблюдение норм и правил поведения как одних, так и других в рамках формальных и неформальных организованных институтов, в том числе и тех, которые являются отображением традиций и устоев общественной жизни.

Таблица 1

**Характерные признаки общественного устройства,
на которые ориентировано население Украины в период 2002–2013 гг.**

№ п/п	Степень государственного присутствия	2002	2009		2012	2013	
			за	против		за	против
1.	Участие государства в управлении экономикой						
	• объединить государственное управление и рыночные методы	46,1			42,4		
	• минимизировать участие государства	6,5			6,1		
	• вернуться к плановой экономике	29,3			33,4		
2.	Поддерживаю приверженцев						
	• социализма	27,5			22,9		
	• капитализма	12,1			8,9		
	• и тех, и других, лишь бы не конфликтовать	16,3			19,9		
3.	Чего люди боятся более всего:						
	• безработицы	73,0			79,4		
	• невыплаты заработной платы, пенсий и т. п.	64,7			65,8		
	• роста цен	71,3			80,6		
4.	Порядок в обществе						
	• в недостаточной степени	75,4			73,2		
	• в достаточной степени	4,1			6,2		
5.	Соблюдение действующих законов						
	• не хватает	70,8			71,8		
	• хватает	5,2			6,1		

№ п/п	Степень государственного присутствия	2002	2009		2012	2013	
			за	против		за	против
6.	Отрицательное отношение к приватизации						
	• больших предприятий	55,1			62,7		
	• малых предприятий	21,4			31,1		
	• приватизации земли	27,0			55,8		
7.	Социальные гарантии со стороны государства для экономически активного населения					77,7	13,6
	в том числе:						
	• обеспечивать работой тех, кто хочет работать					80,9	10,5
	• обеспечивать приемлемый уровень жизни					67,3	21,8
	• предоставлять социальные льготы, помощь, бонусы					80,9	10,5
	• обеспечивать надлежащий уход за детьми, чьи родители работают					73,2	17,9
8.	• обеспечивать интересы инвалидов в общественной жизни					86,0	7,2
	8. Равенство возможностей для всех граждан:						
9.	• которое определяется равенством перед законом, равенством прав					74,0	–
	9. Получение образования:						
	• на платной основе					7,2	78,1
10.	• доступность качественного высшего образования для всех граждан					77,4	13,7
	10. Получение медпомощи для больных должно полностью обеспечиваться государством					72,1	1,0
11.	Правительство должно принять меры для уменьшения разницы в уровне доходов людей		88,0	3,8			
12.	Правительство обязано обеспечивать работой всех, кто хочет иметь работу		60,5	0,9			

№ п/п	Степень государственного присутствия	2002	2009		2012	2013	
			за	против		за	против
13.	Для того чтобы общество было справедливым, разница в уровне жизни людей должна быть незначительной		67,8	7,2			
14.	Государство должно регулировать уровень расслоения доходов		56,0	20,4			
15.	Государство должно в большей степени отбирать излишки у богатых и отдавать бедным		40,6	31,1			
16.	Украине, скорее, не хватает сильной руки		59,0 %	26,0 % (демократии)			

Источники: Українське суспільство 1992–2012. – К.: Інститут соціології НАН України, Київ, 2012. – СС. 530, 531, 533, 591, 594 (пункты 1–6); Основні підтримки соціальної політики очима населення України. Український інститут соціологічних досліджень імені Олександра Яременка. 8.VIII.2013. – С. 8 (пункты 7–8); Сайт Центра Разумкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://razumkov.org.ua/ukr> (пункт 9); Європейське соціальне дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lss.nsd.nib.nuo> (<http://www.ess-ru.ru/index.php?id=334>) (пункты 10–11); Основні підтримки соціальної політики очима населення України. Центр «Соціальний моніторинг» та «Український інститут соціологічних досліджень імені Олександра Яременка». 8.VIII.2013. – С. 5 (пункты 12–15); Кілька тез про ціннісні орієнтири українців. Соціологічна група Рейтинг у травні, 2013 (пункт 16).

На этом пути, кроме преодоления бедности, с тем, чтобы «...восстановить истинное богатство, необходимо разработать другие критерии оценки, ... которые пребывали бы за рамками глобального супермаркета. Мы должны помнить, что истинная валюта жизни – это сама жизнь»¹. А поскольку собственно жизнь протекает в общественном и экономическом измерениях благодаря выполнению функциональных обязанностей, государству для реализации того или другого сценария важно обладать признаками того общественного устройства, на которое сориентировано население, что и должно определить степень государственного присутствия в процессах, более всего характерных для сознательного выбора людьми тех форм правления, которых они хотят.

В табл. 1 нами представлены результаты выбора населением Украины степени государственного присутствия, которое стало результатом

¹ Vandana Shiva. How economic grows has become anti-life.

трансформационных преобразований, происходивших в Украине в последние более чем 20 лет и связанных с определенными изменениями – прежде всего, в общественном устройстве и экономической обустроенности жизни страны, а также проживающих в ней людей.

Для ответа на поставленный вопрос нам удалось собрать некоторые данные за десятилетний период относительно оценки населением степени участия государства в управлении экономикой и в важнейших общественно значимых процессах. Если рассмотреть три составляющие управления экономикой, то, по оценкам населения, в 2002 г. 46 %, а в 2012 г. – 42 % респондентов ратовали за то, чтобы объединить государственное управление и рыночные методы. При этом за минимизацию участия государства высказывалось всего лишь 6 % респондентов. При этом вернуться к плановой экономике готовы были 33 % в 2012 г., тогда как в 2002 г. их было 29 %. Таким образом, почти 76 % респондентов предусматривали и предусматривают масштабное участие государства в управлении экономикой, хотя при этом не исключали использование ряда рыночных методов.

Теперь относительно тех, кто поддерживает степень государственного присутствия в общественной жизни: приверженцев социализма было 27 %, а стало почти 23 %; капитализма – 12 % (8,9 %); и тех, и других, лишь бы не было конфликтов, – соответственно 16 % (20 %); не поддерживают ни одно из названных 22 % (26 %). Фактически почти треть респондентов хочет новой модели общественного устройства, в котором приверженцев капитализма как такового крайне мало. И это понятно. Проблема здесь как в моральной, так и в правовой нелегитимности деятельности, поскольку часто капитал накапливается вне правового поля. Это привело к значительному расслоению населения как в Украине, так и в мире в целом. Тех, кто поддерживает высокую степень государственного присутствия в общественном устройстве, – свыше четверти, а это означает, что перед государством возникает проблема ответственности как за состояние дел, так и за будущие изменения. Дальше возникает вопрос о том, чего люди боятся больше всего: прежде всего – безработицы. Число таких людей увеличивается – почти 80 % в 2012 г. Далее следует невыплата заработной платы – почти 66 % в этом же году; а по итогам 2013 г. таких, возможно, и больше, поскольку возникают массовые задержки с выплатой заработной платы, и это важно для тех, кто боится роста цен, – таких тоже, как видим, более 80 %.

Проблема безработицы является одной из самых больших макроэкономических проблем, за которую даже в рыночных условиях отвечает государство (это же отмечают участники опросов в Украине). Из ответов на другие вопросы анкет относительно роли государства следует, что население хочет, чтобы государство контролировало цены и выплату заработной платы. За ответственность государства относительно порядка в обществе проголосовало почти 73 %, поскольку в 2012 г., как они считали, в государстве

не хватает порядка, как и за соблюдение действующих законов высказались 76 %. А это прямая обязанность государства.

Государство осуществляло и осуществляет приватизацию, однако население относится к ней отрицательно. Так, против приватизации больших предприятий – 63 %, малых предприятий – 31, а против приватизации земли – 53 % респондентов. При этом, по данным социологического мониторинга Института социологии НАН Украины за 2013 г., за то, чтобы вернуть в собственность государства большие частные предприятия, выступало 60 % респондентов, за целесообразность возвращения в собственность государства частной земли – 60,8 % респондентов, а тех, кто против, – соответственно 6,4 и 20,3 % респондентов². Это означает, что в этом вопросе государство ведет себя крайне негативно, хотя и проявляет активность, поскольку оказывает содействие, инициирует и локально принимает участие в нелегитимном процессе присвоения и допускает правовой нигилизм в части прямого разворовывания собственности и ресурсов. Как следствие, в Украине периодически обостряется экономический и, что особенно важно, имеет место глубокий политический кризис, провоцирующий углубление социальных противоречий и даже потрясений. За социальные гарантии со стороны государства, даже для экономически активных и обеспеченных работой, тех, кто стремится работать, – 81 %, против – 10 % (автору не удалось найти более ранних данных, чем результаты опросов 2013 г.). И это после более 20 лет рыночных преобразований.

Анализируя данные табл. 1, мы видим: население считает, что государство должно быть ответственным за обеспечение:

- приемлемого уровня жизни (67 %);
- предоставления социальных льгот, помощи, бонусов (81 %);
- надлежащего ухода за детьми, чьи родители работают (73 %);
- интересов инвалидов (86 %);
- равенства всех возможностей для всех граждан, что предполагает равенство перед законом (74 %).

Государство инициировало процессы получения образования на платной основе. Как результат, сегодня против этого – 78 %, а за доступность качественного образования, которое должно обеспечивать государство, – 77 %. Медпомощь полностью должно предоставлять государство (за – 72 %, против – только 1 %).

² Українське суспільство 1992–2013. Стан та динаміка змін: соціологічний моніторинг; Інститут соціології НАН України. – К., 2013. – С. 454.

В вопросе степени государственного присутствия в отношении перераспределения доходов правительство должно принять меры относительно уменьшения дифференциации доходов (88 %).

Обязанность государства предоставить работу всем, кто хочет ее иметь, поддержали 61 % респондентов, против – 0,9 %. 68 % респондентов считают, что для того, чтобы общество было справедливым, отличие в уровне жизни людей должно быть незначительным. При этом за то, что государство должно регулировать уровень расслоения доходов, – 56 % (против – 20 %), в том числе путем изъятия доходов у богатых в пользу бедных – 40 %.

И, наконец, что в Украине скорее не хватает сильной руки, считают 59 % населения, и лишь 26 % считают, что не хватает демократии.

Попробуем привести и другие результаты исследований, но в несколько другом спектре проблем. Если рассматривать процесс необходимого преобразования государственного и общественно-экономического устройства, то в контексте полученных результатов и запроса речь должна идти о модернизации, в том числе и государства. Имеет место также и необходимость модернизации в сфере экономики, а также обеспечения общественной модернизации, поскольку в противном случае следует ожидать хаоса (что не исключает насилия) в экономической и общественной жизни. Ведь исключительно высокий уровень требований общества к государству и его институтам, с одной стороны, и низкий уровень доверия к ним со стороны того же общества – с другой, подтверждаются результатами социологического мониторинга Института социологии НАН Украины: уровень доверия к Президенту Украины в 2013 г. снизился до 10,9 % при недоверии в 66,9 %, к Верховной Раде – до 4,6 при недоверии 76,6 %, а к правительству Украины – до 8,1 при недоверии 72 %³. Что касается судов, то по результатам того же мониторинга только 4 % респондентов считают, что суды служат гражданам Украины, а 55,5 % – что они служат любому, кто заплатит⁴. Сказанное выше однозначно требует изменения в модели организации государства путем его модернизации.

По поводу модернизационных процессов обратимся к работам китайских обществоведов, в частности исследователей процессов модернизации, в том числе и государства, происходивших в мире за последние двести лет, относительно многих стран.

Многое в модернизации государства определяется тем, какие преобразования происходят в сфере экономики, по вполне понятным причинам. Здесь первичная модернизация, в первую очередь, связана с процессами

³ Українське суспільство 1992–2013. Стан та динаміка змін: соціологічний моніторинг; Інститут соціології НАН України. – К., 2013. – С. 481–482.

⁴ Там же. – С. 454.

индустриализации (данные табл. 2). Существует несколько характерных показателей и критериев, которые были выведены ими в качестве сигнальных индикаторов, среди них – отношение прибавочной стоимости в сельском хозяйстве к валовому внутреннему продукту. В индустриальных странах оно больше или равняется 5 % и меньше или равно 11 %. В этом отношении Украина имеет показатели, характерные для индустриальных стран, находящихся в фазе расцвета, хотя о нынешней Украине этого не скажешь. Вместе с тем, в 2006 г. указанное соотношение составило 8,6 %, а в 2011 – 9,5 %, что в определенной мере свидетельствует о наличии процессов деиндустриализации вместо реиндустриализации, запрос на которую в мире возрастает даже среди развитых стран, а такие страны, как США и Великобритания, а также страны ЕС приступили к ее осуществлению.

Таблица 2

Соотношение стандартов классификации и значений сигнальных индикаторов первоначальной модернизации в Украине и в индустриальных странах с 200-летней экономической историей модернизации*, %

Показатель	Отношение прибавочной стоимости в сельском хозяйстве к ВВП		
	Индустриальные страны	Украина	
		2006	2011
Фаза расцвета	$\geq 5, \leq 11$	8,7	9,5
	Отношение занятости в сельском хозяйстве к общей занятости		
Фаза развития	≥ 15 ≥ 30	17,5	16,7*

*Без дополнительной аграрной занятости, которая охватывает около 1,4 млн рабочих.

Источник: Данные о стандартах классификации и значениях сигнальных индикаторов первоначальной модернизации в индустриальных странах мира приведены согласно: «Обзорный доклад о модернизации в мире и Китае (2001–2010) под редакцией Хе Чуаньци. Peking Universes PRESS, 2010. – P. 61.

Происходящее в Украине стало результатом трансформационных процессов, инициатором которых выступило украинское государство и отрицательное отношение к которым высказывает население, поскольку считает, что процессы в Украине идут не в том направлении, так как в совре-

менном украинском обществе, по оценкам населения, доминируют беспорядок (49,6 %), бедность (35,7), разруха (32,8), противостояние (25,0), тупик (22,9), а не подъем (всего 2,6), благоустроенность (2,3), богатство (5,2), сплоченность (3,8), свобода (5,7 %) ⁵.

Если далее рассматривать отношение занятости в сельском хозяйстве к общей занятости по фазе развития, то в индустриальных странах оно составляет более 15 % и менее 30 %. Для Украины оно составляло 17,5 % в 2006 г., а в 2011 г. – 16,7 %. Но в этом расчете не учтена дополнительная аграрная занятость, которая экспертно оценивается в 1,4 млн работников. Дополнительная аграрная занятость – это неполная занятость в сельском хозяйстве. Если же учесть и эти показатели, то указанное соотношение будет составлять более 17 %. Это означает, что хотя в Украине и есть некоторые признаки индустриальных преобразований, но в то же время, по мнению В. Васютинского, село является клеточкой культуры бедности, поскольку вырисовывается довольно печальная картина – не только экономическая, но и, прежде всего, психологическая: сельская молодежь не видит светлого будущего, не может получить профессию, легкомысленно относится к своему здоровью, склонна к депрессиям, основные усилия тратит на выживание, уходит от неинтересной действительности в алкоголь или наркотики, и почти никто не надеется на создание благоприятных условий для того, чтобы зарабатывать самостоятельно, а государство не обеспечивает экономических и политических условий для развития малого и среднего бизнеса.

Что касается качественных показателей модернизации экономики Украины, то имеющиеся данные свидетельствуют, что удельный вес валовой прибавочной стоимости промышленности снизился с 27,7 до 21,8 %, что на фоне роста удельного веса валовой добавленной стоимости сельского хозяйства дает основания для определенного негатива, характеризующегося возвратом к аграрным видам деятельности, что не может не тормозить постиндустриальную модернизацию. К тому же, по итогам опроса 2013 г., система ценностей, имплементировавшаяся в Украине за годы независимости вследствие трансформационных изменений, среди которых – частная собственность, обогащение, индивидуализм, стремление к личному успеху, не воспринимается 48,0 % респондентов, ее воспринимают только 26,0 %. При этом 76,8 % респондентов считают, что такие ценности, как социальное равенство, коллективизм, взаимопомощь, поддержка государства, уже не актуальны, а 73,1 % респондентов считают, что нынешнее общество в Украине несправедливое, а то, что Украина не стала социальным государством, считают 60,4 % респондентов, хотя в начале изменений декларировалось именно это направление трансформации ⁶. В итоге мы можем утверждать,

⁵ Українське суспільство 1992–2013. Стан та динаміка змін: соціологічний моніторинг; Інститут соціології НАН України. – К., 2013. – С. 527.

⁶ Там же. – С. 529–532.

что вследствие трансформационных изменений в украинском обществе и экономике состоялся процесс отхода от советской системы организации экономики и соответствующих ценностей того времени, но не наблюдается массового восприятия новых ценностей в общественной жизни на фоне деградирующего индустриального уровня развития, и это при том, что мир движется по пути к постмодернизационным превращениям в обществе и экономике.

Что касается так называемой вторичной, или постиндустриальной, модернизации, то в Украине прослеживается ряд отрицательных тенденций. Доля затрат на НИОКР в структуре ВВП упала почти на 19 %, и сейчас составляет всего 21 % от уровня, признанного в мире (3,5 % ВВП), то есть 0,76 % ВВП. За этот период количество ученых и инженеров, занятых в сфере НИОКР, снизилось в расчете на 10 тыс. человек и составляет 10 %. Число заявок на патенты в расчете на 1 млн чел. снизилось почти на 24 %. Признаки вторичной модернизации взяты как индикатор из исследований китайских ученых. Это касается накопления знаний, а относительно их продвижения, в результате чего накопленные знания становятся повседневными, ситуация несколько улучшилась. Удельный вес населения, получающего высшее образование в возрасте 22–24 года, вырос на 6,8 %, удельный вес тех, кто получает среднее образование в возрасте 10–14 лет, вырос на 4 %, а в возрастной группе 15–16 лет удельный вес тех, кто получает среднее образование, остается без изменений. Количество пользователей Интернета в расчете на 100 чел. возросло в 7,7 раза. Кроме того, такой показатель вторичной модернизации, как средняя продолжительность жизни с рождения, вырос на 4,5 %, уровень детской смертности снизился на 23 %, количество врачей на 10 тыс. чел. снизилось на 1 %, а рост городского населения увеличился на 1,2 %. Как видим, картина довольно противоречивая, и, главное, заставляет задуматься о следующем: по накоплению новых знаний и затрат на их получение мы находимся на крайне низком уровне, а относительно передачи знаний и их заимствования осуществляется вроде бы положительный процесс вторичной модернизации, хотя и основанный на политике заимствований. В связи с этим необходимо ответить на вопрос: как, исходя из постулата Дж. Милля, должно вести себя государство при запросе на смену его модели? Ответ находим в том, что оно должно быть нравственным, что во многом тождественно его социальности, которой мы не достигли, а также просвещенным, способным самостоятельно, а не путем заимствований, решать задачи модернизации в общественном и экономическом измерениях.

Государство в процессе самоотрицания капитала и превращения его в социальный человеческий капитал, о чем уже шла речь выше, социализируется вместе с капиталом, выполняя и усиливая свою функцию представления общего интереса в противоположность (и в дополнение) частному интересу, представленному капиталом. Если этот основополагающий про-

цесс не имеет места, «образованность» государства становится истинной абстракцией.

Государство есть институциональное воплощение воли, а разум и образованность институализируется в университетах, академиях и др. Соединение же воли и образованности, разума – это проблема взаимодействия в треугольнике: институты рынка (капитала) – образовательно-научные центры – институты государства. Государство здесь должно выполнять свою специфическую функцию представления общего интереса, состоящего в создании институциональных условий для раскрытия синергического потенциала образования и капитала, оно же может выступать как субъект, ответственный за предложение знаний как общественного товара, хотя сами знания в большей степени являются всеобщим (и индивидуальным, и коллективным, и общественным) благом, а не только общественным товаром. В определенных институциональных условиях образование может быть преимущественно частным, но эффективно функционировать и обеспечивать развитие индивидов и общества. Ответ на такой запрос заложен в конкретных механизмах взаимодействия сторон названного выше треугольника, но ответственность за поддержку механизма такого взаимодействия лежит, прежде всего, на государстве, институционально обуславливающим взаимодействие сторон и обеспечивающим тем самым свое участие в процессе накопления знаний и превращения их креативности в обыденное для всех членов общества.

Экономика Украины относится к так называемой трансформационной модели или модели с формирующимися рынками. Это результат изменения подходов к общественному устройству как объекту так называемой пространственной экспансии капитализма, что является результатом реализации действий и социального характера по соответствующим социальным технологиям, основой которых выступает формирование отношений капиталистического характера.

В основе пространственной экспансии капитализма, если он имеет здоровое начало, необходимо, как отмечает Ф. Фукуяма, иметь достаточно социального капитала, о механизме накопления которого говорилось выше. Кроме того, чтобы осуществить соответствующие социальные действия, в конечном итоге необходимо иметь сформированную социальную технологию, которая, согласно определению И. Косавина, представляет собой деятельность организационно-управленческого и социально-проектного характера и должна опираться на научные знания, с помощью которых можно было бы обеспечить трансформационные преобразования.

В результате сознательное социальное действие как социальная технология, сознательно предлагаемая со стороны государства, должно опираться на креативную работу людей, направленную на развитие общества. Вместе с тем, попытки внедрения государством социальных технологий в

области изменения социального и политического устройства в Украине оказались, как мы уже определили, таковыми, что привели к изменению одних характерных признаков общественной жизни и невосприятию других, ибо, как было показано выше, на основе анализа результатов социологических исследований, приведенных в табл. 1, запрос на общественное устройство в Украине со стороны населения имеет весьма и весьма специфический характер с явным уклоном в значительное повышение роли государства во многих сферах жизнедеятельности украинского общества. Это означает, что в Украине недостаточно социального капитала, который обеспечивал бы рациональную организационную деятельность бизнеса в направлении минимизации коррупции и казнокрадства, с одной стороны, и активизации деятельности населения на индивидуальной основе с одновременным повышением ответственности за полученные результаты – с другой. Без этого, как оказалось, шансов на положительное, стабильное развитие имеется совсем немного. В социальной технологии, как далее указывает И. Косавин, основополагающее место занимает научное знание, причем научное знание гуманитарного характера, благодаря которому формируются основы нравственности как отдельного человека, так и общества, и государства в целом. По нашему мнению, научных достижений эндогенного характера оказалось мало, а экзогенно имплементированные не воспринимались или по большей части воплощались в жизнь в искаженном виде, что способствовало формированию олигархата как такового, со всеми вытекающими из этого последствиями.

В целом сказанное выше означает, что для успешности и стабильности современного капитала и обеспечения процесса его социализации в его модель необходимо заложить возможность создания новой социальной реальности, направленной на то, чтобы, благодаря своим возможностям, увеличивать прибавочную стоимость производства с использованием инновационных технологий и социализированных результатов производительной силы труда на началах нравственного характера и накопления знаний, поскольку знания в целом и знания гуманитарного характера, а также социальные технологии усиливают производительную силу труда. Благодаря соответствующим социальным технологиям, сформированным прежде всего на основе научного знания гуманитарного характера, в процессе формирования взаимодействия человека и производства повышается социальный (человеческий) капитал, способный успешно капитализировать творческую деятельность людей. Без этого мечтать о здоровой экспансии капитализма, на необходимость которой указывает Ф. Фукуяма, напрасно.

Спор о том, что может и чего не может реализовать творческая сила разума людей относительно возникновения инноваций, которые они же используют в процессе своей деятельности, как правило, сводится к тому, что деятельность разума ограничена возможностями воспроизведения, а все прочее – это продукт рынка, или эта же деятельность, благодаря способности к творчеству, должна производить что-то новое, до сих пор неизвест-

ное⁷. Как оказалось, без творческой деятельности разума имплементированный рынок на основе технологий заимствования воспроизвел свои качества в худших традициях, поскольку творческие способности эндогенного характера в отдельно взятой стране были явно недостаточны и, к тому же, не имели возможности стать повседневными, то есть такими, которыми овладели бы массы.

Теоретический анализ и многолетний практический опыт доказал успешность позиции о том, что деятельность разума человека позволяет выработать новую усиливающую производительную силу труда, а рынок сам по себе ограничен в возможностях, особенно в период кризисов, которые имеют имманентное свойство время от времени возникать. В контексте упомянутой дискуссии обратим внимание на то, что в ней часто упускают одну важную деталь. По утверждению Д. Юма, «правила морали не являются следствием нашего ума»⁸. Ключевое в данном утверждении то, что относится к словосочетанию «не является следствием нашего ума» и в конечном счете подразумевает отнесение изобретений человека к результатам проявления «творческих начал» рыночных сил, конкурирующих между собой.

Но оставим на некоторое время эту часть утверждения в высказывании Д. Юма и обратимся к другой его части, в частности к «правилам морали». Правила морали – это далеко не категория чувств, являющаяся продуктом соответствующих органов человека, поскольку о правилах морали можно и необходимо говорить в смысле так называемого двойного характера общественной жизни, в которой, согласно трактовке М. Кризье⁹, социальные регуляторы, то есть правила морали, выражающие мысль общества, всего лишь представлены через выполнение требований, которые устанавливаются писанными, неписанными или принятыми по привычке правилами и индивидуализированными элементами свободного предпринимательства, которые реализуются на основе дерегуляции. Последняя, согласно гипотезе Л. Кольберга, использующейся в области психологии, позволяет взрослому человеку основывать свои моральные стандарты на принципах, которые он сам рассматривает и принимает как непосредственно значимые, независимо от мнения общества. По мнению М. Кризье, в совокупности социальные и индивидуальные элементы взаимодополняют друг друга, а в зависимости от состояния дел на той или иной стадии развития они даже равнозначны¹⁰.

⁷ Ногаев И. В. Экономический прагматизм опровергает концепцию «рассеянного знания» Ф. Хайэка // США. Канада. Экономика, Политика, Культура. – 2013. – № 9. – С. 38–50.

⁸ Юм Д. Сочинения : в 2-х т. – Т. 1. – М. : Мысль, 1965. – С. 604.

⁹ Кризье М. Современное государство – скромное государство. Другая стратегия изменения Свободная мысль. – 1993. – № 11. – С. 35–43.

¹⁰ BRITANICA. Настольная энциклопедия. Том 2. – М. : АСТ, 2006. – С. 1236.

Исходя из такого толкования социальных и индивидуальных элементов, «правила морали» одновременно имеют внутреннее индивидуальное измерение и внешнее по отношению к индивиду общественное (социальное) измерение, которое, однако, является внутренним по отношению к обществу в целом, где проявления измерения правил морали не только устанавливаются на основе ощущений, получаемых человеком от собственных органов чувств, но и определяются и общественными правилами, и традициями, являющимися результатом накопленных знаний.

В общем, есть все основания утверждать, что, благодаря самостоятельному психологическому восприятию моральных стандартов и правил на основе имеющихся знаний, а также принципам их рассмотрения и восприятия, а также степени способностей, которые реализуются в силу творческой способности разума, каждый человек создает стандарты и правила не как однозначные и усредненные, а как индивидуальные и особенные, благодаря чему является личностью, имеющей и наделенной способностью к деятельности, в результате которой происходит процесс накопления нового знания.

Исходя из того, что сознательная деятельность человека в обществе основывается, с одной стороны, на законах биологического взаимодействия с окружающей средой, а с другой – на моральных и этических нормах социальной жизнедеятельности, что является результатом действия соответствующих законов, сформированных разумом человека в процессе организации человеческого сосуществования в силу использования человеком своих способностей к развитию вследствие деятельности его разума, в недалеком будущем станет реальным формирование индивидов, которые саморазвиваются и самоформируются и способны к новой «производственной» жизнедеятельности независимо от существующих законов жизнедеятельности человека. Тем самым станет возможным и обретение нового качества в постчеловеческом сообществе. Это означает, что в ходе модернизации общество может переродиться в совсем новую, неизвестную организацию своей деятельности. В случае неконтролируемого преобразования существующего социума человечеству грозит отмирание прошлых и формирование новых сообществ с необычными способностями к жизнедеятельности, что тем самым несет соответствующие угрозы человеку и его генетическому коду.

Современный уровень развития науки достиг тех предельных значений, приоткрывающих возможности к изменению существующих и открытию и определению новых биологических границ, которые «...привели к невероятным общественно значимым разрывам»¹¹. Все это происходит на фоне известных положений о том, что наука, генерируя знание о природе и обще-

¹¹ Рональд Ноубул. Как удержать науку в надежных руках // Россия в глобальной политике. – Т. 11. – 2013. – № 6. – С. 160. (Перепечатано из журнала Foreign Affairs, №6, 2013).

стве, развивается якобы вне регуляции и не нуждается во внешнем вмешательстве, поскольку определяется этическими нормами поведения ученых на основе осуществления самоконтроля и борьбы с лженаукой, а также отказа от использования научных результатов вне гуманистических идей сохранения и развития общества и отдельного человека. История генерирования нового знания и возможных последствий его использования знает много таких примеров отказа от определенных исследований ради идей гуманизма, сохранности человека и среды его обитания. Вместе с тем, масштабы влияния фундаментальных открытий в науке и их общественное восприятие довольно часто включали осуществление со стороны государства и общества контроля над научной деятельностью. Это особенно актуализировалось в связи с проникновением науки в такие глубины понимания и конструкции нового искусственно созданного материального мира, результаты исследования которых поставили на повестку дня изменение человека путем изменения в том числе и его психологического «Я». Существование возможной угрозы химического, биологического, радиологического оружия и терроризма, например, заставило отдельные страны ввести кодекс поведения (например, США, 2010 г.). В мире существует немало других инициатив. Однако проблемы контроля в области научных разработок, имеющих двойное назначение, несмотря на уже обретенное глобальное измерение, остаются нерешенными, а исследования дошли до уровня, позволяющего создавать новые формы жизни, которые порождают виды, имеющие способность к самовоспроизводству, поэтому ввиду такого характера научных достижений нельзя обойтись без эффективного государственного и общественного контроля над процессами возможной модернизации на этих принципах. Таким образом, и возможные постиндустриальные трансформации экономики и общества вследствие новых научных открытий, и текущие трансформации на начальной стадии перехода от индустриального к постиндустриальному характеру модернизации требуют эффективного участия государства. При этом оно само должно модернизироваться под влиянием все тех же инновационных технологий индустриального и социального характера при эндогенно организованной научной деятельности, способной создавать, а не только воссоздавать опыт других.

Международная экономика

Р. Бойд ДЖОНСОН

**КУЛЬТУРНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ
В УКРАИНЕ****Резюме**

Процесс глобализации способствует постоянному росту культурной компетентности (CQ). В статье рассмотрены результаты исследования CQS, проведенного в Украине в течение 2012–2013 годов. Изучение проблемы проводилось в три этапа. Этап I включал перевод и адаптацию шкалы культурной компетентности (CQS) для украинской аудитории с использованием двух фокус-групп, которые насчитывали 17 респондентов. Этап II заключался в тестировании переведенной Шкалы культурной компетентности для 300 респондентов-участников. Этап III состоял во введении Шкалы культурной компетентности (CQS) в систему мониторинга по всей Украине. Количество респондентов насчитывало приблизительно 1800 человек. Инструмент был переведен на украинский и русский языки; пробное тестирование проводилось во время пилотного этапа, а сбор данных осуществлялся по всей территории Украины. Результаты исследования являются значительным вкладом в понимание значения культурной компетентности в неамериканской среде.

© Р. Бойд Джонсон , 2014.

Джонсон Р. Бойд, доктор, профессор, Уолденский университет, США.

Ключевые слова

Межкультурная коммуникация, культурная компетентность (CQ), межкультурное взаимодействие, шкала культурной компетентности (CQS), заменяемость.

Классификация по JEL: O15.

Введение

Поскольку мировые границы становятся все более размытыми, необходимость в культурной компетентности продолжает расти. Особое место в этой сфере занимает бывшая советская республика Украина – страна, переживающая важный период перехода от коммунистического режима к новой форме демократического и капиталистического лидерства. В 1991 году Украина стала независимым государством после распада СССР. Однако, в связи со слабым пониманием демократических политических систем, настоящей независимости не существовало (Субтельный, 2009). Даже после падения советской системы украинцев настигла коррупция на всех уровнях. Неуверенность в ценностях, бывших когда-то ключевыми для страны, вызвала так называемую «Оранжевую революцию» в 2004 году. Еще более радикальные социальные и политические изменения произошли в Украине во время событий Евромайдана (декабрь 2013 г.) и Крымского кризиса (февраль 2014 г.). Крымский полуостров был присоединен к России после военного вторжения российской федерации на его территорию; а Украина подписала политическую часть Соглашения об ассоциации с Европейским Союзом. Социальная, экономическая и культурная жизнь Украины изменяется. Таким образом, существует необходимость исследовать понятие «культурной компетентности» в контексте нынешних событий.

Культурная компетентность в Украине

Понятие культурной компетентности, являющееся производным от культурной осведомленности и культурного восприятия, широко используется украинскими социологами, которые вводили этот термин для объяснения понятий межкультурной коммуникации и привлечения населения к уча-

стию в культурной жизни. Однако термин является новым для исследования в Украине. Несмотря на то, что изучение проблемы культурной компетентности было проведено во многих странах, есть несколько трудов, анализирующих культурную компетентность именно в постсоветских странах, изучая существующую литературу и научные достижения, исследователи до сих пор не нашли источников, где бы освещалась проблема культурной компетентности в Украине. Это социологическое исследование является первым в стране изучением данного вопроса с применением шкалы культурной компетентности.

Исследование дополнит научные достижения в сфере CQ в важном географическом регионе, который недавно стал независимым. Сочетание теории и практики является чрезвычайно важным, поскольку Украина находилась под авторитарным правлением в течение сотни лет. В настоящее время нация выходит на мировую арену, где культурные навыки и компетентность имеют важное значение. Поэтому целостная концептуальная основа CQ является новой и интересной сферой исследования в этой стране.

Теоретическая основа

Немало ученых считает, что использование определенных инструментов исследования может быть применено в разных культурах, независимо от того, где они разрабатываются. Однако те инструменты, которые были утверждены в нескольких странах и используются за их пределами, часто не учитывают заменяемость другого региона. Осуществленный обзор литературы демонстрирует, что многие межкультурные исследования свидетельствуют о статической реальности. Эту мысль разделяет и Хофстед с теорией культурных измерений. Однако, как отмечено в других литературных источниках, культура динамична, неустойчива и постоянно изменяется. Например, Гох (2009) высказал мнение, что концепции и теории являются заменяемыми лишь там, где культурные нормы и ценности считаются сходными. Понимание понятий, идей и слов вызывает лучшее восприятие межкультурных принципов и мировоззрения. Для сокращения разрыва между методами оценки, которые используются западными учеными в восточных культурах, в данном исследовании мы должны определить, какой язык следует использовать для достижения поставленной цели (Барнс Д., Буко С., Джонсон Б., Костенко Н., 2012).

Понятие культурной компетентности впервые было представлено в 2003 году и определено как «способность человека функционировать и эффективно управлять в культурно различных условиях» (Анг и Ван Дайн, 2008, с. 3). CQS была разработана для проверки и подтверждения теории таких ученых, как Эрли и Анг (2003), в отношении определения термина

«культурный интеллект», который основывается на многомерном локусе межкультурной компетентности Штернберга. CQS измеряет четыре основных фактора, представляющих разные возможности CQ: CQ-идея, CQ-знание, CQ-стратегия, и CQ-действие. Эта четырехмерная шкала состоит из 20 пунктов.

Анг и др. (2007) утверждают, что CQ исследует конкретные сферы в межкультурных условиях. Эта многомерная составляющая включает четыре элемента культурной компетентности: а) когнитивный – «научно-культурные нормы, практики и правила индивида в разной культурной среде», б) мета-когнитивный (Ван Дайн и др., 2008, с. 16) – «культурное сознание индивида и его осведомленность о взаимодействии с представителями другого культурного происхождения» (Ван Дайн и др., 2008, с. 16), в) мотивационный – «способность человека направлять внимание и энергию в отношении культурных различий» (Ван Дайн и др., 2008, с. 16) и г) поведенческий – «способность человека проявлять соответствующие вербальные и невербальные действия во взаимодействии с людьми иного культурного происхождения» (Ван Дайн и др., 2008, с. 16).

Культурная компетентность имеет жизненно важное значение для любого человека, который взаимодействует с различными слоями населения. Культурная компетентность «необходима для того, чтобы справиться со стрессом в результате культурного шока и, как следствие, разочарования и путаницы, которые как правило, могут быть результатом столкновения культурных различий» (Йоо-сенг, 2004, с. 19). Следствием открытия постсоветскими странами своих границ для Азии, Западной Европы и США должно стать и использование методов оценки, которые были бы заменяемыми и использовались бы гражданами разных стран и иностранцами в разных культурах. Проект, связанный с адаптацией CQS в Украине, начался летом 2012 года как совместный американско-украинский проект таких докторов, как Бойд Джонсон и Джоанна Барнза, кафедра организационного лидерства в штате Индиана Университета Уэсли (Индиана, США), и Института социологии Национальной академии наук Украины (г. Киев, Украина). Межкультурное взаимодействие и соответствующие процессы анализировались в государстве через призму, сроки и определение понятия «культурного интеллекта». В то же время, понятие «культурной компетентности», которое подразумевается как производная от «культурного образования / осведомленности» и «культурного восприятия», также широко применяется украинскими социологами (Ручка, Костенко, 2002, 2008, 2010).

Обзор проекта исследования

Исследование в Украине проводилось в три этапа: Этап I включал перевод и адаптацию шкалы к аудитории, состоящей из двух фокус-групп (17 респондентов). Украинские социологи продолжили работать с результатами пилотного теста на этапе II (осень 2012 / зима 2013): тестирование шкалы культурной компетентности для более широкой аудитории в Украине, используя переведенную шкалу для 300 студентов. Этап III заключался в интеграции CQS в аудиторию с приблизительно 1800 респондентами по всем регионам страны.

Основные цели трех фаз были следующими: 1) описать общее восприятие шкалы, основанное на ответах участников в анкете и обсуждение проблемы в украинской аудитории; 2) определить понимание и восприятие украинскими респондентами барьеров шкалы; выявить их отношение к межкультурному взаимодействию; 3) протестировать понимание переведенной шкалы среди пилотной аудитории студентов; 4) измерить культурную компетентность украинцев через систему опроса национального мониторинга (мониторинг украинского общества).

Релевантность

Украинское общество переживает серьезные изменения, связанные с политической и социальной реструктуризацией, в связи с событиями Евромайдана и Крымского кризиса 2014 года. Подписание Соглашения об ассоциации между Украиной и Европейским Союзом обеспечит стране более тесное сотрудничество с ЕС как со стратегическим политическим партнером. Таким образом, обе стороны будут охотно кооперировать в отношении законодательных вопросов. Принимая во внимание политическую ситуацию в стране, связанную с оккупацией и аннексией Крыма Россией, отношения с ЕС должны быть выгодными для модернизации страны. Открытые границы с Европейским Союзом будут способствовать плодотворному внешнему влиянию, оживленной межкультурной коммуникации и более регулярному взаимодействию с другими культурами.

Метод исследования (первый этап)

Начало осуществления исследования на этапе I характеризуется методом, заключающимся в обсуждении вопросов в фокус-группах. Этот способ помог определить участникам проблемы межкультурного взаимодействия, а также их интерпретацию CQS. Они смогли сформулировать свои ответы, базируясь на собственном опыте, а также стандартах и моделях до-

минирующей культуры. Обсуждение частично поспособствовало межкультурному взаимодействию. После подготовительного этапа адаптации инструментов исследования были проведены обсуждения в двух разных фокус-группах. Участники были представителями общественности (GP) и руководителями/лидерами (L), работающими в различных неправительственных организациях. Важным фактором в этом исследовании был так называемый «Закон о языке», который стал причиной оживленной дискуссии в украинском парламенте во время проведения фокус-групп. Данные (17 анкет) были обработаны методом SPSS. Анкетирование было использовано как инструмент для группировки данных; результаты исследования поспособствовали формированию гипотезы.

Метод исследования (второй этап)

Второй этап включал пилотное тестирование при участии студентов в количестве 341 человека. Они представляли Киевский национальный университет имени Т. Шевченко. В эту группу входили студенты I–V курсов, представляющие разные выпускающие программы. Группа состояла из 96 студентов мужского и 245 – женского пола. Обе версии перевода (на русском и украинском языках) были распределены вслепую, поскольку все студенты владели двумя языками в совершенстве. В пилотном тестировании дополнительные показатели также представляли интерес; таким образом, были проверены три гипотезы в отношении взаимодействия между культурной компетентностью (CQ) и избранными международными концепциями. H1 (гипотеза 1): международный опыт должен положительно влиять на мета-когнитивную, мотивационную и поведенческую культурные компетентности (CQ). Пилотной группе предложили ответить на различные вопросы, касающиеся путешествий или проживания за границей: есть ли у них друзья, переехавшие из Украины за границу, и какими средствами и с какой частотой они с ними общаются. Для получения показателя международного опыта, ответы на все эти вопросы (0 – нет, 1 – да) были рассчитаны по формуле Альфа Кронбаха (Cronbach's Alpha = 0,6), а совокупный (кумулятивный) показатель международного опыта был рассчитан по 5-бальной шкале.

Метод исследования (третий этап)

Третий этап исследования включал интеграцию CQS в систему мониторинга 1800 респондентов по всей Украине, включая сбор данных в каждом регионе. Были привлечены представители разнообразных профессий с различным уровнем дохода и типом образования. Как и в пилотном исследовании, инструмент использовался на украинском и русском языках, в зависимости от конкретной области. Была собрана также дополнительная демографическая информация. Исследование проводилось в рамках годо-

вого социологического обзора, осуществленного Институтом социологии Национальной академии наук Украины.

Результаты

Первый этап

Согласно результатам опроса респондентов, появились три составляющие, связанные с различными межкультурными стилями общения. Они были выделены как прагматический и поведенческий, а также проективный и ценностно-культурный. Прагматический и поведенческий стили основаны, прежде всего, на поведенческих запросах; в основе проективной составляющей, прежде всего, – познавательные и мотивационные вопросы; а ценностно-культурный стиль, прежде всего, основан на мета-когнитивных вопросах. Особый интерес вызывает тот факт, что проективная составляющая продемонстрировала высокий уровень когнитивного поведения, в отличие от ценностно-культурного, который характеризуется более низким уровнем мета-когнитивного поведения (Буко, Johnson, 2013).

Респонденты в обеих группах чаще определяли такие главные принципы межкультурного взаимодействия, как понимание, терпимость, развитие личности; «лидеры» подчеркивали особую роль знаний и общения, а представители широкой общественности подчеркивали важность уважения к другим культурам. Большинство респондентов соглашались, что знания и навыки в межкультурном взаимодействии должны быть переданы в качестве культурного сознания/совести, с учетом когнитивных и эмоциональных аспектов.

Второй этап

Почти все студенты отметили, что разговаривают, по крайней мере, на одном иностранном языке на уровне, достаточном для общения. Однако разница в CQ для разных групп студентов, которые разговаривают и не разговаривают на иностранном языке, была статистически значимой. Несмотря на то, что не существует исследований в отношении корреляции CQ и ксенофобии, было бы интересно проверить, действительно ли связан высокий уровень ксенофобии с низким уровнем CQ.

В проверке гипотез большая часть прогнозов была статистически незначимой. Например, результаты, поддерживающие гипотезу H1, являются следующими: международный опыт положительно сопряжен с мета-когнитивной, мотивационной и поведенческой моделями CQ. Международный опыт является главным предвестником для всех четырех измерений

CQ и CQ в целом; он положительно соотносится со всеми четырьмя изменениями CQ и CQ в целом.

В то же время результаты, поддерживающие гипотезу H2, являются следующими: знание языков (если человек владеет иностранным языком) положительно влияет на когнитивную модель CQ. Языковые навыки выполняют функцию главного предвестника когнитивной модели CQ, которая положительно соотносится с когнитивной моделью CQ. Кроме того, знание языков считается значительным предвестником мета-когнитивной и мотивационной CQ и может применяться в отношении всей CQ. Однако результаты свидетельствовали о невосприимчивости гипотезы H3: уровень ксенофобии слабо касается CQ в целом. Уровень ксенофобии (измеряемый шкалой Богардуса) не является обязательным предвестником CQ в целом и CQ в частности.

Третий этап

Основываясь на самых низких показателях, полученных в когнитивной CQ, можно предположить, что респонденты не согласились с тем, что они были ознакомлены с юридическими / экономическими системами, языковыми правилами; культурными ценностями, брачными основами, искусством и правилами невербальной коммуникации (41 % – 52 %). Причины полученных результатов можно интерпретировать так: историческая изоляция Киевской Руси и Советского Союза; отсутствие доступа к другим культурам (то есть, выезд за пределы страны был ограничен).

Самые низкие оценки, выявленные в мета-когнитивной CQ, позволяют предположить, что 31–33 % респондентов не осознавали своего уровня культурных знаний и их применения в отношении других культур. Они не проверяли их достоверность, даже имея дело с различными культурами. Менее 20 % опрошенных согласились с этим фактом. Возможная интерпретация полученных результатов является следующей: 1) вторжение других стран на территорию государства уменьшило ее желание развивать культуру, связанную с ним, с целью защиты своей культуры; 2) переход от этноцентризма к этнорелятивизму не является таким очевидным; однако возраст, регион, и языковые факторы должны рассматриваться более совершенно.

В мотивационной CQ было меньше ответов респондентов по крайней границе шкалы, за исключением «Мне нравится жить в культурах, незнакомых мне», где 43 % респондентов ответили «полностью не согласны» или «не согласны». И в поведенческой CQ многие респонденты (36 % – 40 %) не согласны с тем, что изменяют свое языковое поведение, тип речи, вид невербальной коммуникации или выражение лица, когда находятся в межкультурной среде. Объяснить данные результаты можно отсутствием пря-

мого влияния других культур; кроме того, не было достаточно возможностей для создания отношений, которые могли бы вызвать отсутствие доверия.

Более подробный анализ пяти переменных (возраста, образования, языка и места жительства в Украине), выявленных во время обработки 20 вопросов по CQS шкале, описан в результатах этого исследования. Абсолютным открытием стала статистическая незначимость гендерных различий. И мужчины, и женщины отвечали на поставленные вопросы практически одинаково. Хотя мы можем отметить определенные различия в числовых показателях шкалы во время ответов на каждый вопрос (наибольшая разница была заметна в показателях, которые касались значения мировосприятия во время коммуникации с представителями другой культуры), однако и они не были статистически весомыми.

Однако другие четыре демографические переменные продемонстрировали существенную разницу во время проведения непараметрических тестов для определения коэффициента корреляции (коэффициент корреляции ранга Спирмена), который заключался в уровне значимости 0,05. В отношении возрастной переменной по результатам заметно, что в ответах на каждый вопрос эта переменная достаточно важна. Мы заметили отрицательную корреляцию между увеличивающимся возрастом респондентов и их положительными ответами на 20 поставленных вопросов, то есть, чем старше были участники опроса, тем меньше они демонстрировали свой культурный интеллект по шкале CQS.

Такие результаты могут быть вызваны тем, что старшее поколение украинцев было изолировано от иностранного влияния в течение всей своей жизни и не имело возможностей выезжать за границу. Даже в период большей свободы они не были задействованы в межкультурном сотрудничестве. Более молодое поколение украинцев имело значительно больший доступ к всемирным медиа (особенно через Интернет) с 1991 года и большие возможности посетить другие страны. Они также имели возможность обучаться в других странах, что могло повлиять на их готовность положительно воспринимать другие социальные практики и идеи.

Подобный результат был получен с учетом уровня образования. Высший уровень образования и все элементы культурного интеллекта (по показателям CQS) имели положительную связь. Тестирование осуществлялось на уровне значимости 0,01, что предоставило результатам еще большее значение, нежели могло бы предоставить привлечение возрастной переменной (99 % правильности результатов). Этот факт стал особенно заметным в ответах на вопрос: «Мне нравится проживать в культурной среде, являющейся для меня не родной», что стало логичным продолжением. Респонденты с более высоким уровнем образования охотно приветствуют идеи представителей другой культурной среды, и этот факт может повлиять на готовность к восприятию других культур и желание изучать быт их представителей. Хотя такое открытие не обязательно свидетельствует о связи ме-

жду уровнем образования и культурным интеллектом, оно затрагивает интересные вопросы, касающиеся того, где эта положительная корреляция существует.

Респонденты должны были идентифицировать язык своего первичного общения (русский или украинский) для того, чтобы работать с анкетами. Сопоставление ответов обеих групп также показало существенные различия. В двух третьих вопросов носители русского языка имели более высокий уровень (по собственной оценке) культурного интеллекта. Однако в вопросах, измеряющих уровень гибкости и готовности изменить свое вербальное поведение во время межкультурной коммуникации и уровень осведомленности о невербальном поведении, носители украинского языка набрали более высокие баллы. Они также получали высшие результаты, отвечая на вопросы: «Я наслаждаюсь общением с представителями другой культурной среды». Однако носители украинского языка получили более низкие баллы, отвечая на вопрос «Я корректирую свои культурные знания, когда общаюсь с представителями другой культурной среды».

Такие результаты могут казаться противоречивыми, однако исторические факторы могут иметь большое значение. Носители украинского языка должны были корректировать свое вербальное поведение во время языкового ущемления, и эта черта могла четко перейти к нынешним носителям языка. Она могла быть полезной во время коммуникации с представителями соседних стран и во время адаптации в связи со сменой национальных границ.

В конце исследования проанализированы ответы респондентов четырех регионов Украины: центра, юга, востока и запада. Хотя границы между этими регионами не являются четкими, результаты продемонстрировали существенные различия между представителями юга и других районов. В двух третьих вопросов центр, восток и запад показали большее сходство показателей среднего балла, который был ниже, чем в южном регионе. Исключением стал вопрос об изменении вербального поведения в межкультурной среде и осведомленности о правилах невербальной коммуникации – которые соответствовали результатам, полученным от носителей разных языков. В этих случаях представители запада и центра имели более высокий средний балл (как и носители украинского языка). Однако жители запада и юга ответили почти одинаково на вопрос: «Я убежден (-а), что справлюсь с волнениями, подстраиваясь к культурной среде, являющейся новой для меня».

Поскольку южный регион имеет наибольшее количество носителей русского языка, ожидалось, что результаты будут подобными тем, которые были получены по языковому признаку. Однако существует исключение. Отвечая на вопросы: «Я сознательно использую культурную осведомлен-

ность, общаясь с представителями других культур», – жители восточного региона имели значительно более высокий средний балл.

Все результаты исследования, полученные в третьей фазе, указывают, что культурный интеллект может изучаться в Украине, основываясь на данных, имеющих важное социологическое, историческое и даже психологическое основание.

Выводы

Базируясь на результатах исследования, можно утверждать, что шкала CQS является достоверно и удачно выполненной на двух языках, на которых разговаривают в Украине (украинском и русском). Это важно, потому что понятие культурной компетентности является новым для страны. На первом этапе в фокус-группах были рассмотрены проблемы в отношении понимания концепта, а также обсуждались родственные с культурной компетентностью межкультурные идеи. Кроме того, представители фокус-групп предоставили личную информацию и данные о факторах, которые могут повлиять на понимание использованного инструмента. Большинство респондентов высказалось о важности знаний, а также определило навыки в межкультурном взаимодействии как «культурной осведомленности / сознания», принимая во внимание когнитивные и эмоциональные аспекты и регулируя межкультурную практику. По мнению участников качественного исследовательского этапа, быть просвещенным – необязательное условие, если учитываются культурные особенности [образованного] человека.

На втором этапе было осуществлено пилотное исследование с участием более 300 респондентов. Дополнительно ответы были проанализированы относительно существования международного опыта и знания языка. Были найдены положительные корреляции в первых двух переменных по CQ.

На третьем этапе с помощью CQS опросили более чем 1800 респондентов из каждой области Украины с более широкой выборкой. Основные результаты интерпретируются в рамках когнитивной, мета-когнитивной, мотивационной и поведенческой CQ. Несмотря на то, что полученные данные на третьем этапе позволили сделать вывод о культурных, исторических и географических особенностях Украины, возраст, регион, языковые факторы должны быть рассмотрены более подробно.

Все изложенные результаты исследования являются значительным вкладом в понимание трактовки понятия культурной компетентности в неамериканской среде. В то же время, исследование является перспективным, принимая во внимание территориальную, языковую и возрастную составляющие.

Литература

1. Ang, S., & Van Dyne, L. (2008). Conceptualization of cultural intelligence: Definition, distinctiveness, and nomological network. In S. Ang & L. Van Dyne (Eds.), *Handbook of cultural intelligence: Theory, measurement, and application* (pp. 3–15). Armonk, NY: M.E. Sharpe, Inc.
2. Ang, S., Van Dyne, L., Koh, C., Ng, K. Y., Templer, K. J., Tay, C. & Chandrasekar, N. A., (2007). Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance. *Management and Organization Review*, 3 (3), 335–371.
3. Barnes J., Buko S., Johnson B., Kostenko N. (2012, October). Through the looking glass: Do western leadership assessments work in cross-cultural contexts? Paper presented at the 14th Annual International Leadership Association Global Conference «Leadership Across the Great Divides: Bridging Cultures, Contexts, and Complexities», Denver, Colorado, USA.
4. Barnes J., Buko S., Johnson B., (2013, October) The transferability of cultural intelligence theory in Ukraine. Paper presented at the 15th Annual International Leadership Association Global Conference «Leadership for Local and Global Resilience: The Challenges of a Shifting Planet», Montreal, Canada.
5. Buko S., Johnson B., Cultural Intelligence Scale (CQS): testing cross-cultural transferability of CQS in Ukraine. *Study of Changing Societies: Comparative and Interdisciplinary Focus*. 4 (10) 2013.
6. Deardorff, D. K. (2009). Synthesizing conceptualizations of intercultural competence. In D. K. Deardorff (Ed.), *The Sage handbook of intercultural competence* (pp. 264–269). Los Angeles, CA: Sage.
7. Earley, P. C., & Ang, S. (2003). *Cultural intelligence: Individual interactions across cultures*. Stanford, CA: Stanford Business Books.
8. Goh, J. (2009). «Parallel leadership in an «unparallel» world’ – cultural constraints on the transferability of Western educational leadership theories across cultures». *International Journal of Leadership in Education*. 12 (4), 319–345.
9. Joo-seng, T. (2004). Cultural intelligence and the global economy. *Leadership in Action*, 24 (5), 19–21.
10. Subtelny, O. (2009). *Ukraine: A history* (4th ed.). Toronto: University of Toronto.
11. Van Dyne, L., Ang, S., & Koh, C. (2008). Development and validation of the CQS: The cultural intelligence scale. In S. Ang & L. Van Dyne (Eds.), *Handbook*

- of cultural intelligence: Theory, measurement, and application (pp. 16–38). Armonk, NY: M.E. Sharpe, Inc.
12. Джонсон Б. (2013, листопад) «Адаптація шкали інтелектуальної обізнаності (CQS) в Україні: лінгвістичні й культурологічні питання щодо застосування шкали в іншому середовищі». Статтю було представлено на XII Міжнародному Семінарі «Релігія і громадянське суспільство: поміж фундаменталізмом і секуляризацією» 22 листопада 2013 року в Ялті (Україна).
 13. Костенко Н., Скокова Л., Тестирование шкалы культурной компетентности (CQS): украинская аудитория // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2012. – № 4. – С. 159–184.
 14. Социокультурные идентичности и практики / Под ред. А. Ручки. – К. : Ин-т социологии НАНУ, 2002.
 15. Медиа. Демократия. Культура / Под ред. Н. Костенко, А. Ручки. – К. : Ин-т социологии НАНУ, 2008.
 16. Субкультурная вариативность украинского социума / Под ред. Н. Костенко, А. Ручки. – К. : Ин-т социологии НАНУ, 2010.

Статья поступила в редакцию 20 июня 2014 г.



Международная экономика

Елена БУЛАТОВА

**ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ
ТРАНСКОНТИНЕНТАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ**

Резюме

Определено и проанализировано новое направление развития интеграционных процессов современного хозяйства – трансконтинентальная интеграция, исследован потенциал ее развития на примере основных моделей региональной интеграции – европейской, североамериканской, азиатско-тихоокеанской. Предложен научно-методический подход к интегральной оценке потенциала развития интеграционных процессов, учитывающих интенсивность влияния внутренних и внешних факторов развития интеграционной взаимосвязи, применение которого для комплексного компаративного анализа потенциала развития интеграционных процессов позволяет дать обобщающую комплексную и количественную характеристику процессов региональной интеграции, происходящих в мировом хозяйстве в рамках определенных региональных моделей.

Ключевые слова

Глобальная регионализация, региональная интеграция, регионализация, трансконтинентальная интеграция, региональные интеграционные объединения, модели развития региональной экономической интеграции.

© Елена Булатова, 2014.

Булатова Елена, докт. экон. наук, профессор, Мариупольский государственный университет, Украина.

Классификация по JEL: F20, F50.

Бурное развитие процессов регионализации в мировом хозяйстве во второй половине XX века способствовало появлению новых региональных теорий, рассматривающих различные аспекты развития регионов и ставших научно-методологической основой дальнейшего исследования региональной экономики, регионализации, регионализма, регионалистики. Парадигма глобального развития активизировала исследовательский поиск, направленный на исследование взаимодействия глобализации и регионализации, развитие концепции регионального роста и планирования, региональной конкуренции, к которым относятся научные разработки А. Скотта, М. Сторпера (регионализация глобального пространства) [30, 33], Ф. Черу (концепция региона как самостоятельного актера в системе современных международных отношений) [10], Г. Снукса (глобальная стратегическая модель перехода) [32], П. Агшион, Б. Джохансона, П. Ромера и др. (теория эндогенного роста) [7, 17, 21, 28], М. Портера, Ч. Карлссона, Х. Сиберта, М. Энрайта (концепция региональной конкуренции) [11, 18, 26, 31], П. Кругмана, Э. Венайблза, М. Фудтжити (новая экономическая география) [12, 20], У. Ваннопа, М. Гедеса, Дж. Бенингтона (концепция регионального планирования и партнерства) [13, 35], М. МакДжинниса (концепция биорегионализма) [23], Дж. Новотни, А. Родригез-Позе, А. Роволиса и других (концепция конвергенции и дивергенции регионов) [25], М. Китинга, Д. Родрика, Ч. Виплоза, Б. Хеттне и других (новый регионализм) [16, 19, 27], В. Чужикова (теория глобальной регионалистики) [6], А. Спартака (концепция глобального регионализма) [4]. Несмотря на то что государства остаются главными игроками в геополитике, регионы, подчеркивает Э. Мансфилд [22], рассматриваются уже как жизненно необходимые элементы архитектуры в системе современного мирового хозяйства.

Цель данной статьи – выявить сущность нового направления развития интеграционных процессов – трансконтинентальной интеграции, определить особенности ее развития в основных моделях региональной интеграции, развивающихся в современном мировом хозяйстве, и предложить соответствующий инструментарий интегральной оценки потенциала развития интеграционных процессов, в которые вовлечены страны мира и региональные интеграционные объединения.

В результате углубления интеграции на микро-, мезо-, макро-, мега-, метауровнях между странами образуется особое межгосударственное экономическое пространство, которое становится базовой основой регионализации мировой экономики и имеет соответствующее влияние на развитие глобальной интеграции. Формирование новых экономических регионов в мировом хозяйстве уже не ограничивается такими традиционными географическими факторами, как наличие сырья или близость к рынкам. С точки зрения технологического развития, они, скорее, обусловлены наличием таких факторов, как способность к инновациям и «динамизму местных граждан, которые постоянно адаптируются, научились сочетать конкуренцию и сотрудничество» [3]. Это позволяет выделить, кроме континентальной интеграции, и такое направление развития интеграционных процессов, как *трансконтинентальная интеграция*, которая представляет собой целенаправленный процесс создания межгосударственного экономического пространства между странами, не имеющими общих границ и находящимися в разных регионах/континентах мира, в рамках которого устанавливается соответствующая форма (этап) региональной интеграции, основной задачей которой является содействие международной конкурентоспособности стран-интегрантов.

В предыдущих исследованиях обосновано, что в структуре современного мирового хозяйства сформированы определенные пространственные сегменты – регионы как подсистемы мирового хозяйства, основными из которых выступают регионы-триады и в рамках которых развиваются наиболее развитые модели региональной интеграции – европейская, североамериканская и азиатско-тихоокеанская [1, с. 176–228]. Ведущая роль в развитии трансконтинентального интеграционного взаимодействия принадлежит, в первую очередь, США, ЕС, от стратегических инициатив которых будут зависеть, в определенной степени, интеграционные процессы в странах Азии, Африки, Латинской Америки, а также характер двустороннего сотрудничества с другими мощными актерами мирового хозяйства. И хотя в основе межрегиональных диалогов находятся вопросы развития торговых отношений, на протяжении последних лет активно обсуждаются направления развития комплексного сотрудничества, охватывающего также сферу научно-технического взаимодействия, сотрудничество в энергетической сфере, развитие рынка труда, охрану окружающей среды, вопросы устойчивого развития в целом, а также политические вопросы (противодействие терроризму, нарушение прав человека, наркобизнес, киберпреступность и т. д.).

Европейская модель региональной интеграции. Некоторое ослабление позиций ЕС в мировом хозяйстве требует определения соответствующих приоритетов интеграционной составляющей стратегии развития объединения, что связано не только с углублением внутрирегиональных интеграционных процессов (внутреннее проявление интеграционной составляющей), но и с учетом влияния процессов глобальной интеграции, кото-

рая, в свою очередь, требует большей открытости и взаимовыгодных условий сотрудничества на внешних рынках основных будущих партнеров ЕС (внешнее проявление интеграционной составляющей развития).

Внешнее проявление интеграционной составляющей развития ЕС связано с расширением интеграционной взаимосвязи со странами-соседями объединения, в первую очередь через реализацию европейской политики соседства (*European Neighbourhood Policy, ENP*), а также с развитием трансконтинентального интеграционного взаимодействия с участием ЕС для обеспечения высокой международной конкурентоспособности объединения в мировой экономике. Политика соседства реализуется по нескольким векторам: Северное измерение (с 1999 года), Восточное партнерство (с 2009 года), Евросредиземноморское партнерство или Средиземноморский союз (с 2008 года, до этого – Барселонский процесс) и проект Черноморской синергии (с 2008 года), и направлена на развитие привилегированных отношений между ЕС и странами-соседями, основанных на взаимной склонности к общим ценностям.

Приоритетным направлением сотрудничества в рамках проекта Северного измерения (*Northern Dimension, ND*) является развитие инфраструктуры (транспортной, коммуникационной, энергетической), охрана окружающей среды, сотрудничество в сфере образования и науки, развитие торговли и инвестиций, общая борьба с преступностью и сотрудничество с целью безопасности. В рамках проекта реализуется несколько инициатив: экологическое партнерство Северного измерения, партнерство в сфере охраны здоровья и социальной защиты, партнерство в сфере транспорта и логистики, партнерство в сфере развития культуры и т. д.

Восточное партнерство охватывает шесть стран (Армения, Азербайджан, Беларусь, Грузия, Молдавия и Украина), имеет многосторонний характер и включает в себя шесть важнейших сфер взаимодействия ЕС со странами-партнерами, каждая из которых, в свою очередь, предусматривает конкретные направления сотрудничества по направлениям: демократия, управление и стабильность; экономическая интеграция и сближение с политикой ЕС; энергетическая безопасность; контакты между людьми; взаимосвязь с другими заинтересованными сторонами и горизонтальное сотрудничество.

Политика и практика реализации программ Восточного партнерства создает условия для ускорения политического объединения и углубления экономической интеграции между ЕС и странами-партнерами Восточной Европы, в том числе за счет создания всеохватывающей зоны свободной торговли (*Deep and Comprehensive Free Trade Areas, DCFTAs*), формирование которой будет содействовать углублению либерализации торговли и инвестиций, приближенных к стандартам ЕС. Интеграционное взаимодействие стран-партнеров ЕС в рамках Восточного партнерства отличается и будет зависеть от характера развития переговорного процесса в соответствующих сферах каждой страны.

Средиземноморское партнерство (*Euro-Mediterranean Partnership, EUROMED*) охватывает шестнадцать стран Северной Африки и Ближнего Востока, которые находятся на юге EU. Развитие интеграционного взаимодействия по этому вектору развивается в рамках соответствующих Евросредиземноморских соглашений об ассоциации, заключенных между EU и странами региона, действие которых направлено на общую реализацию региональных и субрегиональных проектов в сфере экономики, окружающей среды, энергетики, здравоохранения, миграции, культуры и туризма и т. п. Дорожной картой развития Евросредиземноморской торговли (2010 г.) предусмотрено завершить заключение соглашений в регионе (по типу Север-Юг и Юг-Юг); реализовать конкретные инициативы по развитию региональных соглашений типа Юг-Юг.

Проект Черноморской синергии (*Black Sea Synergy*), направлен на углубление сотрудничества EU со странами региона, который охватывает различные группы: Греция, Румыния, Болгария – страны-члены EU, Турция – кандидат на присоединение к EU, шесть постсоветских стран – Армения, Азербайджан, Грузия, Молдавия, Россия, Украина. Фактически, подход EU состоит из нескольких направлений [8, с. 16–17]: во-первых, EU стимулирует региональное экономическое сотрудничество и развитие интеграции путем демократических реформ, укрепления институционального потенциала, восстановления экономики и создания сильного гражданского сообщества; во-вторых, развитие взаимодействия происходит на двусторонней основе, которая влияет на динамику регионализма; кроме того, EU реализует дифференцированную стратегию по отношению к России, Турции и странам-партнерам в рамках Европейской политики соседства, а отсюда – разное отношение со стороны последних к европейским инициативам. Регион Черного моря имеет особое значение для развития EU. Развитие Черноморской зоны экономического сотрудничества (*Black Sea Economic Cooperation, BSEC*) призвано обеспечить стабильность развития государств-участниц, которые только вступили в первую фазу развития регионального сотрудничества.

Политика соседства, которую реализует EU (особенно это касается программ Восточного партнерства, Черноморской синергии, Евросредиземноморского партнерства), фактически, позволяет идентифицировать соответствующую «европеизацию» стран региона. Речь не идет об однозначном расширении интеграционного объединения, но через конкретные региональные программы сотрудничества EU способствует проведению реформ в этих странах, модернизации их экономик, институциональному развитию в соответствии с европейскими нормами и принципами.

Глубокая интеграция в рамках EU стала важным условием развития международной конкурентоспособности европейских производителей на внешних рынках. Ситуация на мировых рынках требует адекватного реагирования и принятия соответствующей стратегии интеграционного развития

с другими странами мира, без чего невозможно усилить позиции национальных компаний на международных рынках, повысить их конкурентоспособность. Размер рынка EU предусматривает значительное влияние на характер развития двусторонних торговых переговоров. EU является открытой экономикой с высокоэффективными рыночными механизмами, которые должны оказывать положительное влияние на повышение благосостояния бизнеса и потребителей в странах объединения. Все это является привлекательным фактором для развития партнерских отношений с EU.

В условиях, когда многосторонняя система регулирования торговых отношений не в состоянии решить эти вопросы, значение развития региональных интеграционных процессов будет только усиливаться, следовательно, EU будет развивать интеграционное взаимодействие со странами не только европейского региона, но и со всеми партнерами, имеющими стратегическое значение для развития конкурентоспособности европейской экономики в условиях глобальной интеграции. Подтверждением этого является тот факт, что из 32 региональных торговых соглашений, заключенных от имени всего Евросоюза, лишь треть непосредственно связана со странами, которые географически относятся к европейскому континенту. 20 соглашений имеют трансконтинентальный характер, они заключены со странами Азии, Африки, Латинской Америки. Основная часть этих соглашений (3/4 от общего количества) была заключена в течение 2000 – первой половины 2012 годов [37]. Кроме того, уже анонсированы новые региональные инициативы с участием EU, две из которых также имеют трансконтинентальный характер (имеются в виду региональные соглашения с Канадой и с Индией). Значительная часть региональных соглашений трансконтинентального характера наблюдается и в EFTA, они составляют 72,7 % от общего количества (16 из 22 региональных соглашений). Реализуя стратегическую задачу развития международной конкурентоспособности, EU активно развивает интеграционное взаимодействие со странами, находящимися в различных регионах, что позволяет идентифицировать формирование европейской континентальной и трансконтинентальной модели региональной интеграции.

Североамериканская модель региональной интеграции. Формирование континентального и трансконтинентального направлений развития региональной интеграции с участием стран NAFTA, как и для стран EU, предусматривает два направления: с одной стороны, расширение региональной интеграции непосредственно внутри интеграционного объединения (внутреннее проявление интеграционной составляющей стратегии развития), а с другой – формирование американского континентального рынка и развития трансконтинентальной интеграции (внешнее проявление интеграционной составляющей стратегии развития).

Континентальное направление развития североамериканской модели региональной интеграции связано с расширением интеграционного взаимо-

действия стран NAFTA со странами Латинской Америки, имеющими важное стратегическое значение, в первую очередь, для США, политика которых направлена на дальнейшее обеспечение мирового лидерства страны. Установление режима свободной торговли в рамках всего континента для США фактически будет означать более выгодные условия, чем для всех остальных участников континентального рынка. С учетом того, что страны региона имеют значительное количество интеграционных соглашений, заключенных со странами, относящимся к другим регионам мира, расширение североамериканской модели региональной интеграции (с выходом ее на континентальный и трансконтинентальный уровень) способно обеспечить влияние со стороны США и на другие регионы. Характерной особенностью расширения североамериканской интеграции является то, что соглашением о создании NAFTA предусмотрена возможность присоединения к интеграционному объединению новых стран (по типу NAFTA+), в то же время на практике это не происходит, хотя и США, и Канада, и Мексика по отдельности активно заключают соглашения о создании зон свободной торговли со странами Латинской Америки (кроме Кубы).

Важным направлением развития североамериканской модели региональной интеграции является создание Американской зоны свободной торговли (*Free Trade Area of the Americas, FTAA*) охватывающей 34 страны Северной и Южной Америки, то есть практически все страны, которые входят в MERCOSUR, ANCOM, CARICOM, CACM, NAFTA т. д. Именно такое образование может иметь наибольший уровень взаимодополняемости.

С учетом различных интересов, с одной стороны, США, с другой – латиноамериканских стран, идею создания единой на континенте зоны свободной торговли предлагалось реализовать двумя путями: по американскому варианту или по бразильскому [2, 4]. США предложили для создания FTAA еще в 1990 году «Инициативу для Америк» (*Enterprise for the Americas Initiative – EAI*), которая предусматривала таможенную либерализацию, минимизацию государственных стандартов в части лицензирования отдельных услуг, создание прозрачного рынка государственных закупок, внедрение режима регулирования иностранных инвестиций с минимальными исключениями по национальному законодательству, внедрение режима недискриминации и свободной конкуренции. Соглашение охватывало следующие направления: сельское хозяйство, государственные закупки, инвестиции, доступ на рынки, субсидии, компенсационные платежи, антидемпинг, разрешение споров, услуги, защита прав интеллектуальной собственности, конкурентная политика. Развитие переговорного процесса по FTAA фактически было заблокировано в 2005 году со стороны Венесуэлы и стран MERCOSUR (хотя саму идею создания единого континентального рынка странами Латинской Америки не отклонили), которые в 2008 году предложили свое видение развития процессов региональной интеграции – «Пути к процветанию в Америке» (*Pathways to Prosperity in the Americas*). Эта ини-

циатива была поддержана США, Канадой, Мексикой, Чили, Колумбией, Коста-Рикой, Доминиканской Республикой, Сальвадором, Гватемалой, Гондурасом, Никарагуа, Панамой, Перу, Уругваем, Белизом. Страны Тринидад и Тобаго имеют статус наблюдателей, а стратегическими партнерами проекта стали Межамериканский банк развития (*Inter-American Development Bank, IDB*), Организация американских государств (*Organization of American States, OAS*) и Экономическая комиссия ООН для Латинской Америки и Карибского бассейна (*Economic Commission for Latin America and the Caribbean, ECLAC*).

Создание ФТАА вызвано не столько географическим фактором расширения, сколько необходимостью и возможностью развития интеграции, контролируемой США, о чем свидетельствуют материалы доклада Национального разведывательного совета США [14, с. 15], в котором подчеркнуто, что, если США не смогут обеспечить широкий доступ к рынкам региона на постоянной основе, они потеряют свою традиционную привилегию в латиноамериканском регионе с соответствующим падением политического влияния. С другой стороны, страны Латинской Америки, пытаются минимизировать монополию США на континенте, в том числе за счет активного доступа на рынки США, привлечения иностранных капиталов и технологий, что должно способствовать достижению макроэкономической стабильности и экспортоориентированному развитию стран региона.

Развивая интеграционное взаимодействие со странами мира, члены NAFTA направляют усилия на установление лидирующих позиций на взаимовыгодных и паритетных началах, прежде всего, для американского и канадского бизнеса, на внешних рынках. Для этого страны NAFTA используют механизм самостоятельного заключения интеграционных соглашений. Именно этим объясняется активизация и расширение практики заключения региональных соглашений не только континентального, но и трансконтинентального характера, причем и США, и Канада, и Мексика активно развивают интеграционное взаимодействие и по типу Север-Север и по типу Север-Юг.

Среди стран NAFTA наибольшее количество действующих региональных торговых соглашений по состоянию на середину 2012 года приходится на Мексику – 16, из которых каждое четвертое имеет трансграничный характер (с ЕФТА, ЕС, Японией и Израилем). Другие соглашения предусматривают расширение и углубление регионального сотрудничества со странами Латинской Америки. Из 13 региональных торговых соглашений, которые сегодня заключены с участием США, трансграничный характер имеют 8 (с Австралией, Бахрейном, Израилем, Иорданией, Южной Кореей, Марокко, Оманом, Сингапуром). Для Канады количество региональных торговых соглашений составляет 7, в том числе трансграничного характера – 2 (ЕФТА и Израилем). Практически все эти соглашения (за исключением соглашения о создании зоны свободной торговли между Канадой и Чили, введенного в действие в 1997 году) были заключены в течение последних де-

сяти лет. Среди 7 анонсированных Канадой новых региональных торговых соглашений 4 также имеют трансконтинентальный характер и предусматривают развитие интеграционного взаимодействия с Сингапуром, Украиной, ЕС, Иорданией.

Среди основных стран-партнеров США, с которыми заключены соответствующие соглашения, большинство относится к развивающимся странам, в отношении которых США реализуют собственные политические, экономические интересы с точки зрения их влияния. Критерии отбора США классифицируются по четырем достаточно широким категориям, которые в отдельных аспектах даже перекрывают друг друга [29]: влияние на внутреннюю политику, экономическая политика, обязательства стран-партнеров для национальных, региональных и многосторонних торговых реформ, цели внешней политики.

Американские инициативы по развитию зон свободной торговли с развивающимися странами направлены на создание новых двусторонних торговых и инвестиционных возможностей по углублению интеграции между странами-партнерами, хотя и имеют определенные региональные особенности. Переговоры с африканскими странами осложняются тем, что эти страны не в состоянии эффективно интегрировать между собой и взять на себя обязательства в проведении реформ, необходимых для полной реализации содержания других соглашений о свободной торговле. Кроме того, объемы американской торговли и инвестирования довольно незначительны для этого региона. Инициативы США на Ближнем Востоке также усложняются из-за недостаточного уровня экономических реформ со стороны потенциальных партнеров США, развития региональной интеграции с государствами-соседями. С другой стороны, более высокий уровень внутрирегиональной интеграции создает качественно новые возможности для развития интеграционного взаимодействия США со странами ASEAN.

С развитыми странами сотрудничество США охватывает более широкий круг положений, нежели это определено классическим содержанием соглашения о свободной торговле, и касается не только вопросов развития свободной торговли, но и вопросов гармонизации процедур государственных закупок, защиты прав интеллектуальной собственности, сотрудничества в области окружающей среды, регулирования рынков труда и т. п.

Трансконтинентальной по содержанию и многосторонней по количеству участников может стать в будущем *зона свободной торговли между США и ЕС* [24], которые являются крупнейшими партнерами в мире и между которыми постепенно начал развиваться диалог по комплексному сотрудничеству, выходящему за рамки либерализации торговли товарами. Предполагается, что свободный режим будет касаться также торговли услугами, инвестиционной деятельности, направленной на обеспечение открытости рынков, гармонизации и признания соответствующих технических регла-

ментов, норм, правил и стандартов. Существенное значение может приобрести и гармонизация политики в отношении третьих стран.

Таким образом, распространение и углубление интеграционного взаимодействия североамериканских, латиноамериканских стран, стран Карибского бассейна формируют основу для развития американской континентальной и трансконтинентальной модели региональной интеграции. Эта идея полностью согласуется с целью формирования единого американского рынка, постепенно внедряемой США, поддерживающих развитие Американской зоны свободной торговли, которая объединит все страны Южной, Центральной и Северной Америки.

Азиатско-тихоокеанская модель региональной интеграции. Развитие интеграционной составляющей стратегии стран ASEAN, как и в других моделях региональной интеграции, включает углубление интеграционных процессов непосредственно среди стран ASEAN (внутреннее проявление интеграционной составляющей стратегии развития), а также расширение интеграционного взаимодействия с другими странами региона в рамках континентального направления развития региональной интеграции и с другими странами мира на основе трансконтинентальной модели региональной интеграции (внешнее проявление интеграционной составляющей стратегии развития).

Сегодня в азиатско-тихоокеанском регионе не существует ни одного интеграционного объединения, которое охватывало бы все страны региона. Кроме того, отсутствие четкой стратегии по формированию регионального интеграционного объединения со стороны лидера региона – Японии – также повлияло на характер развития процессов региональной интеграции (в отличие от активной позиции в развитии североамериканской модели региональной интеграции со стороны США и стран, формирующих интеграционное ядро европейской модели). Во многом это связано с тем, что Япония долгое время предпочитала неглубокую интеграцию, не выходящую за пределы зоны свободной торговли.

Страны развивают интеграционное взаимодействие между собой для достижения определенных целей. Так, развивающиеся страны, в первую очередь, имеют целью получение дополнительных ресурсов и доступов к рынкам через совершенствование системы политического и экономического управления, обеспечения безопасности и т. п. Более мощные игроки на рынке (в первую очередь, Япония и Китай) через интеграционные механизмы решают вопросы обеспечения регионального лидерства с использованием региональных механизмов в инвестиционной, антидемпинговой и конкурентной политике. Появление новых мощных региональных лидеров – Китая и Южной Кореи – вряд позволят Японии быть лидером в реализации региональных интеграционных инициатив. В то же время, каждая страна региона заинтересована в создании преференциальных условий для эконо-

мического сотрудничества, именно этим объясняется бурное развитие региональных интеграционных инициатив в последние годы.

Исторически сложилось так, что наиболее развитые страны в регионе – Китай и Япония – имеют разные интересы и позиции по экономическим вопросам. Отсутствие прогресса в китайско-японском диалоге на высшем государственном уровне будет существенно сдерживать развитие региональной экономической интеграции стран Азиатско-Тихоокеанского региона [15, с. 121]. Для уменьшения лидерства этих стран другие страны Азиатско-Тихоокеанского региона привлекают внерегиональных партнеров. Следовательно, геополитические факторы и в дальнейшем будут достаточно весомыми для развития интеграционных процессов в регионе.

Дальнейшее интеграционное развитие стран региона связано с созданием до 2020 года на базе ASEAN Восточноазиатского экономического сообщества (*East Asian Economic Community*), развитие которого предполагает несколько вариантов: ASEAN + 1, ASEAN + 3, ASEAN + 6. С точки зрения перспектив расширения ASEAN, важное значение имеет подписанное в ноябре 2004 года соглашение о создании в течение десяти лет зоны свободной торговли ASEAN + 1 (ASEAN и Китай), которая в таком формате создает новые возможности для развития производственных сетей. В свою очередь, развитие вертикальной интеграции (особенно в сфере высокотехнологичных производств) обеспечит эффективное распределение труда и капитала в регионе [36]. Кроме торгово-экономического сотрудничества, основными сферами сотрудничества выступают сельское хозяйство, телекоммуникации, трудовые ресурсы, инвестиции, освоение бассейна реки Меконг. С точки зрения существенного усиления геоэкономического и геополитического значения Китая в последние годы, можно утверждать, что дальнейшее развитие интеграционных процессов в регионе, с одной стороны, будет находиться под давлением интересов именно этой страны, а с другой стороны, противоречия между странами региона, которые рассматривают Китай как некую угрозу, и непосредственно Китаем будут обостряться. Именно поэтому либерализация торговли и инвестиции будут способствовать сбалансированному региональному развитию.

Развитие сотрудничества в рамках ASEAN + 3 (ASEAN и Япония, Китай и Южная Корея), начатое в 1997 году, направлено на укрепление и углубление восточноазиатского сотрудничества на различных уровнях и в различных областях, особенно в экономической, социальной и политической сферах. Реализация проекта ASEAN + 3 направлена на создание восточной зоны свободной торговли (*East Asia Free Trade Agreement, EAFTA*), охватывающей все развитые страны региона. Более расширенный формат направлен и на большее количество сфер, которые значительно расширяют формат торговой интеграции: дипломатия, финансы, сельское хозяйство, трудовые ресурсы и занятость, туризм, охрана окружающей среды, культура, борьба с преступностью, здравоохранение, энергетика, телекоммуника-

ции, инновации, государственное управление и др. Странами группы ASEAN + 3 уже накоплен опыт и постепенно реализуются совместные действия в сфере финансовой интеграции через координацию действий на пути укрепления стабильности региональной финансовой системы, обеспечение устойчивого развития стран региона. Группой уже сегодня реализуется Chiang Mai инициатива, которая заключается в создании системы многосторонних валютных свопов на основе взаимных договоренностей между странами группы. В рамках этой инициативы и с целью предотвращения финансовых кризисов (подобных кризису 1997–1998 годов) странами группы создан антикризисный фонд, благодаря которому обеспечивается регулирование ликвидности стран.

Развитие направления ASEAN + 6 (ASEAN и Япония, Китай, Южная Корея, Индия, Австралия и Новая Зеландия) предусматривает углубление экономического партнерства (*Closer Economic Partnership in East Asia, CEPEA*), направленного на создание зоны свободной торговли между 16 странами Восточной и Юго-Восточной Азии. С каждым из партнеров ASEAN в рамках указанных направлений расширения уже заключены соответствующие соглашения о зоне свободной торговли.

Соглашение о комплексном экономическом партнерстве между ASEAN и Японией введено в действие с декабря 2008 г. В отличие от Китая и Южной Кореи, Японией сначала были заключены двусторонние соглашения о создании зон свободной торговли со странами ASEAN, а уже потом – с интеграционным объединением в целом. Вызвано это было стратегическими приоритетами развития японского бизнеса, который имеет разветвленную сеть производств и поставок в странах ASEAN. В 2010 году введены в действие соглашения о развитии торговли услугами и инвестировании, однако действующие соглашения не охватывают положения прав интеллектуальной собственности, конкуренции и государственных закупок. Реализация договорных обязательств характеризуется значительной неоднородностью тарифных сокращений между странами и категориями продуктов, которые распределены на пять групп: товары, в отношении которых тарифы устраняются немедленно; тарифы устраняются в течение определенного времени; без сокращений; специальные соглашения и другие. Следует отметить, что развитие интеграционного взаимодействия в рамках ASEAN–Япония несколько усложняется из-за некоторой несогласованности присоединения к зоне свободной торговли с Японией на двусторонней основе отдельных стран – членов ASEAN. Имея двусторонние соглашения с Японией о создании зоны свободной торговли, Индонезия и Филиппины еще не присоединились к соответствующему соглашению, заключенному со стороны ASEAN в целом, и наоборот, Лаос и Мьянма не имеют двусторонних соглашений с Японией, но принимают участие в общеинтеграционном соглашении. Поскольку, согласно японским нормам права, все эти соглашения являются равноценными, то японским компаниям рекомендуется выбирать ту зону свободной торговли, которая наиболее соответствует интересам бизнеса.

Соглашение о создании зоны свободной торговли между ASEAN и Южной Кореей вступило в силу в мае 2009 года для услуг, с 2010 года – для товаров. С 2009 года также введено в действие соглашение об инвестициях. Подписание соглашения имело важное значение для обоих партнеров с точки зрения наличия разветвленной региональной производственной сети, созданной системой южнокорейских ТНК в странах ASEAN. Способствовали заключению данного соглашения и принятые ранее соответствующие договоренности о создании зон свободной торговли ASEAN с Китаем и Японией. Соглашение о создании зоны свободной торговли между ASEAN и Южной Кореей не содержит положений о правах интеллектуальной собственности, конкурентной политики, государственных закупках и т. д.

Активное вовлечение в трансконтинентальные интеграционные процессы способствует одновременному развитию нескольких интеграционных направлений стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Кроме уже существующих форм региональной интеграции после финансового кризиса 1997–1998 гг., ускорили развитие новые формы интеграционного взаимодействия, которые позволяют привлечь внерегиональных игроков для достижения сбалансированности между всеми участниками и обеспечения более широкого спектра управления и либерализации для стран региона. Наиболее активное участие в этих процессах принимают Австралия, Новая Зеландия, Япония, Сингапур, Китай, Индия и т. д.

Исторически развитие региональных инициатив было очень сдержанным со стороны Японии. Фактически, процесс вовлечения страны в интеграционные инициативы начался только в середине 1990-х годов. Сегодня правительство Японии решило абсолютно «открыть страну» и стать «пионером нового будущего», поддерживающим высокий уровень экономического сотрудничества с крупными торговыми странами, реализовывая фундаментальные внутренние реформы с целью укрепления конкурентоспособности японской экономики в мире. Сегодня можно признать активную лидерскую позицию со стороны Японии в строительстве новой азиатской экономической архитектуры [9]. В 2010 году в стране определены основы политики по комплексному экономическому сотрудничеству (*Basic Policy on Comprehensive Economic Partnerships*), в которой акцентировалось внимание на расширение сотрудничества именно с развивающимися странами Азии. Фактически, Япония признает за собой ведущую роль в активном развитии двусторонних соглашений об экономическом партнерстве в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Относительно основных стран и регионов, находящихся за пределами Азиатско-Тихоокеанского региона, направления экономического партнерства Японии фактически охватывают три вектора: страны Азиатско-Тихоокеанского региона; основные страны и регионы за пределами региона; прочие страны и регионы. Для Азиатско-Тихоокеанского региона основной задачей становится развитие регионального экономического партнерства

Китай-Япония-Корея в рамках Восточноазиатского соглашения о свободной торговле (*East Asian Free Trade Agreement, EAFTA*), а также проекта комплексного экономического партнерства в Восточной Азии (*Comprehensive Economic Partnership in East Asia, CEPEA*).

Основным стратегическим партнером, с которым постепенно обсуждаются возможности вступить в переговоры в ближайшее время и который находится за пределами региона, выступает ЕС, для чего правительство Японии начало реформирование системы внутренних нетарифных инструментов регулирования торговли. Среди других перспективных регионов для сотрудничества Япония признает страны Персидского залива. Для всех остальных стран Япония предусматривает развитие экономического партнерства на основе комплексной оценки всех преимуществ сотрудничества не только с экономической, но и со стратегической точки зрения.

Непосредственно ASEAN как объединением заключено 6 региональных торговых соглашений, которые распространяют сферу своего влияния непосредственно на азиатско-тихоокеанский регион. Однако страны, которые сегодня входят в состав ASEAN, активно развивают интеграционное взаимодействие со странами других регионов. Так, непосредственно Сингапуром заключено 19 региональных соглашений, из которых 5 имеют трансконтинентальный характер. Уже идет переговорный процесс по трем новым анонсированным региональным соглашениям трансконтинентального характера с участием Сингапура и Канады, Коста-Рики, а также Украины.

Постепенно расширяют интеграционное сотрудничество в рамках континентального направления и другие страны ASEAN: с участием Малайзии, Таиланда заключено по 11 региональных торговых соглашений, Таиландом заключено 9 соглашений, по 8 сделок имеют Бруней, Индонезия, Лаос, Вьетнам.

Активно развивают континентальное и трансконтинентальное направления развития региональной интеграции и другие экономические центры Азиатско-Тихоокеанского региона: из 13 региональных интеграционных соглашений, заключенных при участии Японии, 4 имеют трансграничный характер (соглашения с Мексикой, Перу, Чили, Швейцарией). Южная Корея подписала 11 региональных торговых соглашений, из которых соглашения с Перу, США, Чили, ЕС и EFTA имеют трансконтинентальный характер. Постепенно расширяет свое участие в процессах региональной интеграции и Китай, с участием которого заключено 10 региональных торговых соглашений, среди которых 4 – трансконтинентального характера – с Коста-Рикой, Пакистаном, Перу, Чили. Кроме того, уже анонсированы региональные соглашения с Норвегией и Швейцарией.

Экономическое развитие региона зависит также от влияния Межправительственного форума Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (*Asia-Pacific Economic Cooperation, APEC*). Деятельность форума

направлена на развитие механизма гармонизации региональных правил, норм и стандартов. Стратегическая цель форума – либерализация торговли и инвестиций в Азиатско-Тихоокеанском регионе в 2020 году, охватывающая три основные сферы: непосредственно торговую и инвестиционную либерализацию, продвижение бизнеса, а также экономическое и техническое сотрудничество. Участниками данного объединения является 21 страна, расположенная в различных регионах мира, соответственно, можно отметить, что эта организация имеет трансконтинентальный характер. Однако такой разный состав участников порождает сильное противоречие интересов, что сказывается на эффективности деятельности организации. Поэтому создание зоны свободной торговли в рамках данного объединения во многом будет зависеть от позиций и приоритетов США, Японии и Китая, вовлеченных и в другие интеграционные процессы, в том числе и альтернативные.

Транс-Тихоокеанское стратегическое экономическое партнерство (*Trans-Pacific Strategic Economic Partnership agreement, TPP*) является принципиально новым направлением развития трансконтинентальной интеграции. Предложенную Сингапуром, Чили, Новой Зеландией и Брунеем, эту идею в сентябре 2008 г. поддержали Соединенные Штаты. Позже, к соглашению о развитии стратегического партнерства присоединились также Австралия, Малайзия, Перу, Вьетнам, намерения о присоединении есть и со стороны Канады, Японии, Мексики [34]. Этим соглашением фактически основано развитие трансконтинентальной интеграции на многосторонней основе, которую активно продвигают США, поскольку усиление роли стран Азии в мировой экономике стало существенным толчком в развитии конструктивного диалога по торгово-экономическим вопросам для недопущения дискриминации по отношению к США. Соглашение включает в себя основные вопросы, которые традиционно встречаются в региональных торговых соглашениях, в том числе вопросы торговли промышленной продукцией, сельского хозяйства, текстиля, а также правила по интеллектуальной собственности, технические барьеры в торговле, вопросы труда и окружающей среды, развития конкурентной политики, положения, касающиеся торговли инновационными товарами и услугами, в том числе цифровыми технологиями. Особенностью указанной сделки (что не является типичным для других региональных торговых соглашений) является включение вопросов, касающихся развития более совместимых систем регулирования бизнеса, особенно малого и среднего, как ключевого ресурса инноваций и создания новых рабочих мест, что фактически позволит расширить доступ американских компаний на рынки стран-партнеров, с одной стороны, а с другой – позволит более активно участвовать в международной торговле предприятиям стран-партнеров.

Последний финансово-экономический кризис 2008–2009 гг. фактически подтвердил развитие всех региональных интеграционных инициатив в

двух направлениях: Восточно-Азиатское (*East Asian Community*), с одной стороны, а с другой – Азиатско-Тихоокеанское (*Asia Pacific Community*). Они связаны с развитием региональной интеграции, однако их содержание, а также состав участников окончательно не определены. Можно сказать об определенной «чаше спагетти» в азиатском регионе, поскольку количество интеграционных соглашений довольно значительно и охватывает широкий состав участников.

Страны-члены ASEAN зависят от процессов микроэкономической динамики, связанных с регионализацией производственного процесса восточно-азиатских и японских ТНК. С учетом этого, ASEAN + 3 (Китай, Япония и Южная Корея) является более перспективным с точки зрения формирования эффективной институциональной основы дальнейшего развития азиатско-тихоокеанской модели региональной интеграции. Наиболее вероятным является развитие некоторых элементов общего рынка (свободное движение капитала, рабочей силы), применение нулевых тарифов во внутрирегиональной торговле с дополнительным общим внешним тарифом, что позволяет говорить об использовании ограниченной формы общего рынка (формат «общий рынок минус»), механизм развития которого направлен на создание полностью интегрированного рынка, в котором отдельные регионы оставляют глубокую интеграцию на более поздний период.

Таким образом, расширение интеграционных процессов в Азиатско-Тихоокеанском регионе, охватывающем формирование субрегиональных, межрегиональных трансрегиональных объединений на принципах открытого регионализма, углубление азиатской солидарности и распространение общеазиатских ценностей, определяет азиатско-тихоокеанскую континентальную и трансконтинентальную модель региональной интеграции, характер которой зависит от внутрирегионального сотрудничества, которые будут определять Япония, Китай, Южная Корея и страны ASEAN.

Стратегия интеграционного развития стран мира содержит две составляющие, которые акцентируют внимание: во-первых, на особенностях и направлениях углубления интеграционного взаимодействия непосредственно в пределах уже созданного интеграционного объединения (внутрирегиональная составляющая), во-вторых, на определении направлений интеграционной политики относительно других стран, которые вовлекаются в интеграционное взаимодействие в рамках континентальной и трансконтинентальной модели (внешняя составляющая).

Углубление и расширение интеграции будет зависеть от оптимального использования потенциала развития интеграционных процессов, который существенно различается по основным моделям региональной интеграции. Необходимость комплексного учета направления и интенсивности воздействия многих факторов (как внутренних, так и внешних) обуславливают целесообразность применения для оценки потенциала развития интеграционных процессов именно интегральных показателей, которые предоставят

обобщающую комплексную и количественную характеристику процессов региональной экономической интеграции, происходящих в мировом хозяйстве на определенный момент времени.

Для оценки потенциала развития региональных интеграционных процессов предлагается использование *интегрального показателя потенциала развития интеграционных процессов*. Для его построения необходимо ввести соответствующие обозначения и объяснения. Пусть существует в мировом хозяйстве на определенный момент времени совокупность из m интеграционных группировок, уровень развития которых характеризуется системой с n параметров (единичных показателей). Обозначим их через $X_i = (x_{i1}, x_{i2}, \dots, x_{ij}, \dots, x_{in})$, где i – индекс интеграционной анализируемой группировки ($i = \overline{1, m}$), j – индекс единичного показателя, характеризующего интеграционное взаимодействие ($j = \overline{1, n}$). Соответственно, x_{ij} представляет собой значение показателя j для интеграционной группировки i .

Важными методическими вопросами при построении интегральных показателей являются: во-первых, формирование системы единичных показателей (параметров), которые адекватно и полно описывали бы состояние развития процессов региональной экономической интеграции; во-вторых, выбор формы самого интегрального показателя, который на основе построенной системы единичных показателей предоставит их обобщенную оценку.

При решении первой проблемы в качестве единичных параметров могут рассматриваться соответствующие систематизированные показатели, дающие оценку глубине интеграционного взаимодействия стран мира. Систематизация и классификация системы единичных показателей доказывает, что уровень развития интеграционных процессов обуславливается, с одной стороны, внутрорегиональными факторами, которые определяют масштабы, глубину и специфику развития интеграционного взаимодействия в рамках существующих региональных интеграционных объединений, а с другой стороны – действием внешних факторов, характеризующих место и роль интеграционной группировки в общемировых процессах. Выбор указанных показателей основан на результатах корреляционно-регрессионного анализа, результаты которого приведены в таблице 1 приложения. Сформированная система единичных параметров, образующих интегральный показатель, приведена в табл. 1.

Для приведения всех сравниваемых единичных параметров необходимо проведение их стандартизации, что позволит объединить их в интегральном показателе. Расчет стандартизованных оценок может быть осуществлен по формулам:

$$P_{ij} = \frac{x_{ij} - x_{\min}}{x_{\max} - x_{\min}} \quad (1)$$

$$P_{ij} = \frac{x_{\max} - x_{ij}}{x_{\max} - x_{\min}} \quad (2)$$

где x_{ij} – значение единичного показателя j для интеграционной группировки i ,
 x_{\min} , x_{\max} – соответственно, минимальное и максимальное значения единичного показателя j .

Таблица 1

Формирование системы единичных показателей

Внутрирегиональные факторы		Внешние факторы	
Внутрирегиональная торговля (экспорт) на душу населения, долл. США	X_{Intra}	Удельный вес региональной торговли интеграционного объединения в мировой торговле, %	X_{IntraS}
Удельный вес внутрирегиональной торговли в совокупном объеме внешне-торгового оборота, %	ITS	Удельный вес инвестиций интеграционного объединения в мировых объемах инвестиций, %	$FDIS$
Доля ИСТ внутрирегионального экспорта, %	$X_{Intra\ ICT}$	Доля ВВП интеграционного объединения в мировом ВВП, %	$GDPS$
Показатель инвестиций на душу населения, долл. США	FDI	Удельный вес населения интеграционного объединения в населении мира, %	$PopS$
ВВП интеграционного объединения на душу населения, долл. США	GDP	Удельный вес ИСТ экспорта интеграционного объединения в мировом экспорте ИСТ, %	X_{ICTS}

Расчет стандартизированных оценок по формуле (1) используется в том случае, если увеличение конкретного параметра приводит к увеличению самого интегрального показателя (*показатель-стимулятор*). Если, наоборот, при увеличении единичного параметра итоговая интегральная оценка уменьшается (*показатель-дестимулятор*) должна применяться формула (2). Очевидно, что отдельные единичные показатели, описывающие различные аспекты развития интеграционного взаимодействия, не в

равной степени влияют на его общее состояние, как следствие, при построении интегрального показателя оценки потенциала развития интеграционных процессов необходимо определить значимость каждого из выделенных единичных показателей, т. е. коэффициенты весомости α_{ij} .

Что касается проблемы выбора формы интегрального показателя, то наиболее широко в научных исследованиях при построении обобщающих показателей используются различные виды средних взвешенных величин: средняя арифметическая, геометрическая, квадратичная и другие. Как показывает анализ практического применения различных видов средних при построении интегральных показателей, когда монотонное увеличение отдельного параметра приводит к улучшению его состояния, обобщающий интегральный показатель этого состояния нужно максимизировать. В качестве формы показателя целесообразно рассматривать средний взвешенный геометрический показатель, который может быть записан в виде:

$$I_i = \prod_{j=1}^n (P_{ij})^{\alpha_j} \text{ при этом } \alpha_j \geq 0 \text{ и } \sum_{j=1}^n \alpha_j = 1.$$

Целесообразность применения именно этой формы средней для расчета интегрального показателя развития интеграционных процессов подтверждается положениями аксиоматического подхода (аксиом монотонности, положительной линейной однородности, идентичности и мультипликативности), исследуемыми в теории индексов И. Фишера. С учетом вышесказанного, определение общего интегрального показателя потенциала развития интеграционных процессов имеет следующий вид:

$$IPD = \frac{I_{int_i} + I_{ext_i}}{2}, \quad (3)$$

где IPD_i – общий интегральный показатель потенциала развития интеграционных процессов;

I_{int_i} – внутрирегиональная составляющая потенциала развития интеграционных процессов;

I_{ext_i} – внешняя составляющая потенциала развития интеграционных процессов.

Субиндекс, характеризующий влияние внутрирегиональной составляющей на общий интегральный показатель развития интеграционных процессов, рассчитывается по формуле:

$$I_{int_i} = \sqrt[5]{P_{Xint ra_i} \cdot P_{ITS_i} \cdot P_{Xint raICT_i} \cdot P_{FDI_i} \cdot P_{GDP_i}} \quad (4)$$

Субиндекс, характеризующий влияние внешней составляющей на общий интегральный показатель развития интеграционных процессов, вычисляется по формуле:

$$I_{ext_i} = \sqrt[5]{P_{Xint\ ra S_i} \cdot P_{Pop S_i} \cdot P_{XICT S_i} \cdot P_{FDIS_i} \cdot P_{GDPS_i}} \quad (5)$$

Предложенный индекс ранжируется от 0 до 1, при этом его приближение к 1 указывает на значительный потенциал развития интеграционных процессов. Использование интегрального показателя для комплексного компаративного анализа потенциала развития интеграционных процессов дает возможность учесть интенсивность воздействия многих факторов (как внутренних, так и внешних), что позволяет дать обобщающую комплексную и количественную характеристику процессов экономической интеграции, происходящих в мировом хозяйстве в рамках определенных региональных моделей.

Согласно предложенной методике, был рассчитан интегральный показатель потенциала развития интеграционных процессов для EU, NAFTA, ASEAN и APTA с учетом интенсивности влияния факторов, определяющих внутрирегиональные составляющие потенциала развития интеграционных процессов, а также факторов, которые позволяют оценить внешнюю составляющую потенциала развития интеграционных процессов, определяемых местом интеграционного объединения в мировой экономике. Для расчетов использована статистическая база UNCTAD [38], полученные интегральные показатели потенциала развития интеграционных процессов сведены в таблице 2 приложения и представлены на рис. 1.

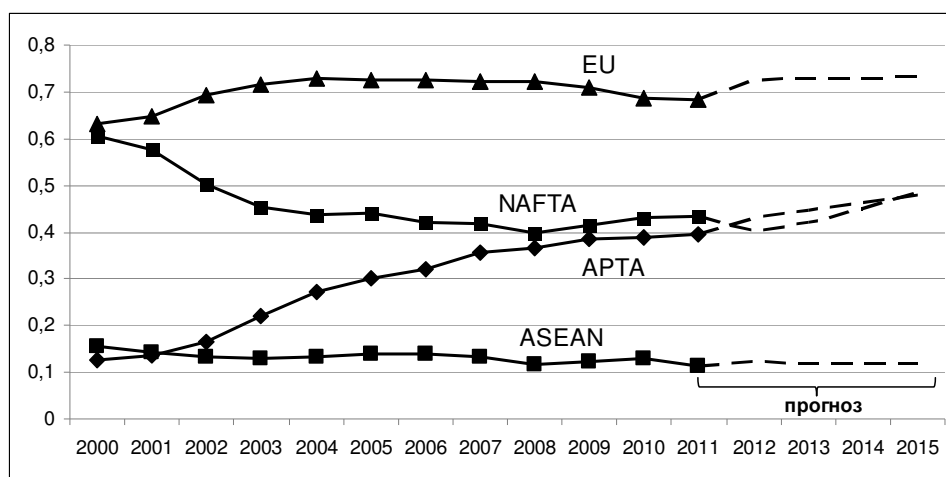
По показателям субиндексов, характеризующих влияние внутрирегиональной составляющей на общий интегральный показатель развития интеграционных процессов, наибольший потенциал имеет EU (за период с 2000 по 2011 года он вырос с 0,61 до 0,72), что еще раз свидетельствует о наивысшем уровне интеграционного взаимодействия, которого достигло объединение по сравнению с другими интеграционными группировками. Для NAFTA показатель субиндекса внутрирегиональной составляющей также достаточно высокий (0,58 в 2011 году), однако он постепенно снижается. Оценка влияния внешней составляющей на общий интегральный показатель развития интеграционных процессов обнаружила, что самый стремительный рост происходит в странах APTA (с 0,23 в 2000 году до 0,642 в 2011 году), которые по показателю субиндекса внешней составляющей потенциала развития интеграционных процессов почти сравнялись с аналогичным показателем, рассчитанным для EU (0,644).

Общая оценка интегрального показателя потенциала развития интеграционных процессов доказывает, что наибольший потенциал, который имеет тенденцию к постепенному увеличению, принадлежит EU (0,68). Несмотря на относительно высокий показатель в NAFTA (0,43), он довольно

стремительно сокращается. Наиболее активное развитие демонстрирует АРТА, где общий интегральный показатель потенциала развития интеграционных процессов в 2000–2011 годы вырос с 0,127 до 0,396.

Рисунок 1

Динамика интегрального показателя потенциала развития интеграционных процессов



Подытоживая, следует отметить, что сегодня в мире не существует единой универсальной модели региональных торговых соглашений, применяемых странами или интеграционными объединениями. В большинстве случаев все чаще применяется комплексный подход к использованию возможностей интеграционных соглашений относительно доступа на новые рынки, расширения инвестиционных возможностей, уменьшения транзакционных расходов, установления единых технических норм и требований, защиты интеллектуальных прав, установления единой конкурентной политики, прозрачности механизма государственного регулирования. Такой комплексный подход в целом способствует углублению интеграционного взаимодействия со странами-партнерами и созданию предполагаемых политических условий, которые влияют на развитие торгово-экономического сотрудничества со всеми регионами в рамках определенного межгосударственного

экономического пространства в формате континентального и трансконтинентального интеграционного сотрудничества.

Мощное влияние на развитие регионализации мировой экономики в условиях дальнейшего формирования мирового глобального пространства обеспечивают наиболее развитые модели региональной интеграции, уже сформированные в мировом хозяйстве, – европейская, североамериканская и азиатско-тихоокеанская. Вовлечение в этот процесс других стран на региональной, континентальной или трансконтинентальной основе путем создания зон свободной торговли и других форм «мягкой» интеграции будет способствовать развитию «нового регионализма» и появлению принципиально новых интеграционных образований, что соответствует уровню международных метарегионов в мировом хозяйстве. С учетом этого, развитие континентальных и трансконтинентальных направлений региональной интеграции, их углубление и расширение являются взаимодополняющими направлениями развития регионализации мировой экономики. Страны мира выбирают собственную стратегию участия в процессах региональной интеграции в зависимости от тех задач, которые определяются их уровнем социально-экономического развития, имеющимся потенциалом, характером развития внешних отношений и т. п. Рассматривая интеграционную составляющую стратегии дальнейшего развития стран мира, следует акцентировать внимание на двух аспектах: во-первых, на особенностях и направлениях углубления интеграционного взаимодействия непосредственно внутри уже существующего интеграционного объединения; во-вторых, на определении по направлениям интеграционной политики в отношении других стран, привлекаемых к взаимодействию в рамках континентальной и трансконтинентальной моделей.

Исследование дальнейшего развития континентальных и трансконтинентальных моделей региональной интеграции является логическим продолжением анализа моделей развития международной экономической интеграции, которая охватывает не только торгово-экономическое сотрудничество, но и другие сферы (в первую очередь, производственную). В то же время, существующие объективные ограничения обусловят исследования развития трансконтинентальной интеграции в части реализации только торгово-экономического сотрудничества, поскольку более глубокие формы интеграции столкнутся с трудностями институционального характера.

Литература

1. Булатова О. В. Региональна складова глобальних інтеграційних процесів : моногр. / О. В. Булатова. – Донецьк : ДонНУ, 2012. – 386 с.
2. Давыдов В. М. На что рассчитывать региону в новом глобальном контексте? / В. М. Давыдов // Латинская Америка. – 2008. – № 3. – С. 4–14.
3. Китинг М. Новый регионализм как возможность [Электронный ресурс] / М. Китинг // Россия в глобальной политике. – 2008. – № 4. – Режим доступа : www.globalaffairs.ru/numbers/33/9979.html.
4. Спартак А. Современный регионализм / А. Спартак // Мировая экономика и международные отношения. – 2011. – № 1. – С. 3–15.
5. Сударев В. П. Латинская Америка в новом геополитическом измерении / В. П. Сударев // Латинская Америка. – 2011. – № 5. – С. 4–17.
6. Чужиков В. Глобальна регіоналістика: історія та сучасна методологія : моногр. / В. Чижиков. – К. : КНЕУ, 2008. – 272 с.
7. Aghion P. Endogenous Growth Theory Philippe Aghion / P. Aghion, P. Howitt, C. García-Peñalosa. – MA : MIT Press, 1998. – 694 p.
8. Balcer A. The Eastern Partnership in the Black Sea Region: towards a New Synergy / A. Balcer. – Warsaw : DemosEUROPA, 2011. – 128 p.
9. Bergsten C. The Future of APEC and Its Core Agenda [Электронный ресурс] / C. Bergsten. – Режим доступа : <http://www.iie.com/publications/papers/paper.cfm?ResearchID=1447>.
10. Cheru F. Transforming our common future: the local dimensions of global reform / F. Cheru // Review of International Political Economy. – 2000. – Vol. 7, No 2. – Pp. 353–368.
11. Enright M. Regional Clusters and Multinational Enterprises: Independence, Dependence, or Interdependence? // International Studies of Management & Organization. – 2000. – Vol. 30, No. 2, Leading-Edge Multinationals and Leading-Edge Clusters. – Pp. 114–138.
12. Fujita M. The Spatial Economy: Cities, Regions and International Trade / Fujita M., Krugman P. R., Venables A. J. – MIT Press, Cambridge MA, 1999. – 640 p.
13. Geddes M. Local partnerships and social exclusion in the European Union: new forms of local social governance? / M. Geddes, J. Benington. – Routledge, 2001. – 254 p.

14. Global Trends 2025: A Transformed World [Электронный ресурс]. – Washington US Government Printing Office, 2008. – 99 p. – Режим доступа : www.dni.gov/nic/NIC_2025_project.html.
15. Hashmi S. M. Towards East Asian Economic Integration [Электронный ресурс] / S. M. Hashmi, Y. T. Lee // European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences. – 2008. – Issue 12. – Pp. 116–122. – Режим доступа : http://www.eurojournals.com/ejefas_12_09.pdf.
16. Hettne B. Globalism and New Regionalism/ Hettne Björn, Inotai András and Sunkel Osvaldo. – New York : Macmillan, 1999. – 308 p.
17. Johansson B. Theories of Endogenous Regional Growth. Lessons for Regional Policies / B. Johansson, Ch. Karlsson, R. Stough. – Berlin : Springer, 2001. – 428 p.
18. Karlsson C. Handbook of research on cluster theory / C. Karlsson. – Edward Elgar Publishing, 2008. – 316 p.
19. Keating M. The political economy of regionalism / M. Keating, J. Loughlin. – Taylor & Francis, 1996. – 504 p.
20. Krugman P. Strategic trade and the new international economics / P. Krugman. – Cambridge, Mass. : MIT Press, 1986. – 313 p.
21. Lucas R. On the mechanics of economic development / R. Lucas, E. Robert // Journal of Monetary Economics. – 1988. – Vol. 22, issue 1. – Pp. 3–42.
22. Mansfield E. The Political Economy of Regionalism / E. Mansfield, H. Milner. – N.-Y. : Columbia University Press, 1997. – 274 p.
23. McGinnis M. Bioregionalism / M. McGinnis. – London:Routledge, 1999. – 231 p.
24. Moffett S. EU and U.S. inch toward talks on free trade area [Электронный ресурс] / S. Moffett. – BRUSSELS, Reuters, 2012 – Режим доступа : <http://in.reuters.com/article/2012/06/20/eu-us-trade-idINL5E8HKJIS20120620>.
25. Petrakos G. Growth, integration, and regional disparities in the European Union / G. Petrakos, A. Rodríguez-Pose, A. Rovolis // Environment and Planning. – 2005. – Vol. 37 (10). – Pp. 1837–1855.
26. Porter M. Clusters and the new economics of competition / M. Porter. – Harvard Business Review. – 1998. – Vol. 76, issue 6. – Pp. 77–90.
27. Rodrik D. The New Global Economy And Developing Countries: Making Openness Work / D. Rodrik. – Wasington D.C. : Overseas Development Council, 1999. – 168 p.

28. Romer P. Endogenous Technological Change / P. Romer // The Journal of Political Economy. – 1990. – Vol. 98, No. 5, part 2 : The Problem of Development: A Conference of the Institute for the Study of Free Enterprise Systems. – Pp. 71–102.
29. Schott J. Free Trade Agreements: US Strategies and Priorities / J. Schott. – Washington, DC Institute for International Economics, 2004. – 472 p.
30. Scott A. J. Regions, globalization, development/ Allen J. Scott and Michael Storper // Regional Studies. – 2003. – Vol. 37 : 6&7. – Pp. 579–593.
31. Siebert H. Locational Competition: A Neglected Paradigm in the International Division of Labour / H. Siebert // The World Economy. – 2006. – Vol. 29, issue 2. – Pp. 137–159.
32. Snooks G. D. Global Transition: A General Theory of Economic Development / G. D. Snooks. – Basingstoke Macmillan, 1999. – 352 p.
33. Storper M. Globalization, Localization and Trade / M. Storper // The Oxford Handbook of Economic Geography / Edited by Gordon L. Clark, Maryann P. Feldman, and Meric S. Gertler. – Oxford (U.K.) : Oxford University Press, 2000. – Pp. 146.
34. Trans-Pacific Partnership (TPP): 13th Round of TPP Negotiations Set for San Diego, California – July 2–10, 2012 [Электронный ресурс] // The Office of the United States Trade [Official website]. – Режим доступа : <http://www.ustr.gov/tpp>.
35. Wannop U. A. The Regional Imperative: Regional Planning and Governance in Britain, Europe and the United States / U. A. Wannop. – London : Jessica Kingsley, 1995. – 441 p.
36. Wong M.-H. ASEAN Competitiveness Report 2010 [Электронный ресурс] / Wong M.-H., R. Shankar, R. Toh; Foreword by Michael E. Porter. – Asia Competitiveness Institute, 2011. – 88 p. – Режим доступа : www.spp.nus.edu.sg/ACI/home.aspx.
37. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://rtais.wto.org/> – Regional Trade Agreements Information System. WTO [Official website].
38. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://unctad.org> – United Nations Conference on Trade and Development [Official website].

Приложение

Таблица 1

Результаты корреляционно-регрессионного анализа развития внутрирегиональной торговли (X_{intra}) EU, NAFTA, ASEAN, АРТА

EU

Факторы	Коэффициенты регрессии	Коэффициенты эластичности
ВВП на душу населения, млн долл. США	130,2647	1,305492
ICT экспорт, млн долл. США	1,961292	0,152931
ПИИ (приток), млн долл. США	-0,14551	-0,277184
Численность населения, тыс. человек	29,04114	5,180026
$R^2 = 0,9743$		
$X_{intra} = 130,26*GDP + 1,96*X_{ICT} - 0,15*FDI + 29,04*Pop - 1483424,58$		

NAFTA

Факторы	Коэффициенты регрессии	Коэффициенты эластичности
ВВП на душу населения, млн долл. США	52,40168	2,119695
ICT экспорт, млн долл. США	5,186308	0,560561
ПИИ (приток), млн долл. США	-0,03817	-0,16249
Численность населения, тыс. человек	-6,20109	-3,34038
$R^2 = 0,9725$		
$X_{intra} = 52,4*GDP + 5,19*X_{ICT} - 0,04*FDI - 6,2*Pop + 1494523,34$		

ASEAN

Факторы	Коэффициенты регрессии	Коэффициенты эластичности
ВВП на душу населения, млн долл. США	161,0476	1,82068
ICT экспорт, млн долл. США	1,951287	0,492421
ПИИ (приток), млн долл. США	-0,24749	-0,76421
Численность населения, тыс. человек	0,035534	0,112483
$R^2 = 0,9941$		
$X_{intra} = 161,05*GDP + 1,95*X_{ICT} - 0,25*FDI + 0,04*Pop - 117405,82$		

АРТА

Факторы	Коэффициенты регрессии	Коэффициенты эластичности
ВВП на душу населения, млн долл. США	79,12081	0,991164
ИСТ экспорт, млн долл. США	3,253449	0,690553
ПИИ (приток), млн долл. США	-0,04201	-0,14778
Численность населения, тыс. человек	-0,29826	-5,20732
$R^2 = 0,9948$		
$X_{intra} = 79,12 * GDP + 3,25 * X_{ИСТ} - 0,04 * FDI - 0,3 * Pop + 709704,6$		

Таблица 2

Интегральные показатели потенциала развития интеграционных процессов

Годы	Общий интегральный показатель потенциала развития интеграционных процессов				Внутрирегиональная составляющая потенциала развития интеграционных процессов				Внешняя составляющая потенциала развития интеграционных процессов			
	АРТА	ASEAN	EU	NAFTA	АРТА	ASEAN	EU	NAFTA	АРТА	ASEAN	EU	NAFTA
2000	0,1268	0,1549	0,6305	0,6057	0,0183	0,2294	0,6074	0,6341	0,2353	0,0804	0,6535	0,5772
2001	0,1361	0,1440	0,6471	0,5763	0,0290	0,2234	0,6238	0,6140	0,2431	0,0645	0,6704	0,5385
2002	0,1645	0,1335	0,6926	0,5008	0,0674	0,2251	0,6785	0,5884	0,2617	0,0418	0,7066	0,4132
2003	0,2192	0,1287	0,7159	0,4529	0,0914	0,2270	0,7013	0,5679	0,3470	0,0304	0,7305	0,3380
2004	0,2725	0,1336	0,7289	0,4362	0,1076	0,2245	0,7143	0,5548	0,4374	0,0427	0,7435	0,3177
2005	0,3015	0,1392	0,7243	0,4395	0,1097	0,2272	0,7106	0,5554	0,4934	0,0513	0,7380	0,3236
2006	0,3200	0,1407	0,7241	0,4216	0,1075	0,2263	0,7111	0,5261	0,5325	0,0550	0,7372	0,3170
2007	0,3559	0,1327	0,7210	0,4180	0,1394	0,2274	0,7274	0,5307	0,5725	0,0380	0,7146	0,3053
2008	0,3671	0,1181	0,7230	0,3968	0,1487	0,2121	0,7373	0,5157	0,5855	0,0240	0,7087	0,2779
2009	0,3849	0,1218	0,7098	0,4145	0,1495	0,2107	0,7261	0,5372	0,6203	0,0328	0,6935	0,2918
2010	0,3898	0,1298	0,6881	0,4298	0,1487	0,2224	0,7156	0,5671	0,6310	0,0373	0,6607	0,2924
2011	0,3956	0,1144	0,6830	0,4337	0,1490	0,1975	0,7220	0,5813	0,6423	0,0313	0,6440	0,2861

Статья поступила в редакцию 25 августа 2014 г.

Международная экономика

Евгений КУРИЛЯК

**КЛАСТЕРИЗАЦИЯ:
ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ
И ЕГО РЕАЛИЗАЦИЯ В УКРАИНЕ****Резюме**

Рассмотрено место Украины в системе мировых инновационных процессов. Исследуется кластерная организация производства в системе перехода Украины на новую модель развития и проведения реформ в рамках «Стратегии-2020». Обоснованно общезкономические и региональные условия формирования кластерных систем. Рассматривается механизм формирования научных парков как механизм развития инновационных процессов.

Ключевые слова

Инновационная экономика, инновация, кластер, локальная производственная система, научный парк.

© Евгений Куриляк, 2014.

Куриляк Евгений, Тернопольский национальный экономический университет, Украина.

Статья подготовлена по результатам исследования, выполненного в рамках проекта «Седьмой рамочной программы» Европейского Союза «Функционирование системы местного производства в условиях экономического кризиса (сравнительный анализ и бенчмаркинг для стран ЕС и за его пределами)» [«Functioning of the local Production Systems in the Conditions of Economic Crisis (Comparative Analysis and Benchmarking for the EU and Beyond)»]. Договор о предоставлении гранта PIRSES GA-2011-295050.

Классификация по JEL: O14, O31.

1. Украина в системе глобальной инновационной экономики

Отечественная практика использования кластерных форм организации производства и ведения бизнеса довольно незначительна. Она ориентирована преимущественно на решение текущих проблем, которые остаются вне сферы включения экономического потенциала страны в мощные резервы современности, связанные с производством, обработкой, хранением и распространением информации и знаний. Однако это ресурс, существенные эффекты которого проявляются в наибольшей степени на основе совместного использования взаимосвязанными отраслями и предприятиями. Поскольку такое взаимодействие наиболее системно и всесторонне исчерпывающе может быть достигнуто в рамках кластерной организации, то отставание Украины в инновационных разработках от развитых стран и стран с развивающимися рынками в значительной степени объясняется отсутствием кластеров высокой звездности и соответствующей государственной политики.

В Украине национальные заявители в 11 раз меньше подают заявки на патенты и изобретения из расчета на 1 млрд ВВП, по сравнению с лидером, которым является Южная Корея. Если же эту активность рассчитать на 1 млрд долларов затрат на исследования и разработки, то отставание Украины выражается величиной в 2,2 раза. Ситуация в Украине хуже не только в сравнении с развитыми странами – Японией, Китаем, США, но и в отношении таких стран, как Белоруссия, Российская Федерация, Армения, Грузия. Это свидетельствует о необходимости введения новых форм активизации инновационной деятельности в стране, и прежде всего кластерной, как вполне оправдавшей себя в других странах.

В условиях реформирования экономики Украины, как ранее отмечалось, определилось три подхода в развитии производственных комплексов. Во-первых, отрабатывается концепция формирования локальных производственных (территориально-производственных) комплексов, во-вторых, адаптируется зарубежный опыт создания систем промышленных кластеров, и, в-третьих, развивается система региональной конкурентоспособности.

Из трех направлений развития производственных комплексов наименее развиты в Украине экономические, юридические и институциональные предпосылки формирования локальных производственных систем. Это объясняется тем, что в условиях плановой экономики приоритетное значение имело развитие крупных производственных комплексов металлургической и горнодобывающей промышленности, а также тяжелого машиностроения. Такой политэкономический тренд реализовывался на всей территории бывшего Советского Союза, но наиболее отрицательные последствия он имел для экономики Украины. Достаточно сказать, что на предприятиях союзного подчинения производилось 95 % продукции. Функционировало свыше 2 тыс. крупных предприятий, подчиненных общесоюзным министерствам и ведомствам. По оценкам экспертов, 70-80 % промышленных предприятий не имели на территории Украины замкнутых технологических циклов. За счет поставок из бывших союзных республик Украина обеспечивала 25 % потребностей республиканской промышленности, в том числе лесной и деревообрабатывающей – половину, машиностроения и легкой промышленности – на 40 % [26].

Экономическое наследие, доставшееся Украине от бывшего Советского Союза, до настоящего времени не приведено в соответствие с новыми современными тенденциями развития мировой экономики. В Украине, как и ранее, преобладают крупные предприятия, конкурентоспособность которых ежегодно падает. Если в 2007 году в структуре экспорта недргоценные металлы и изделия из них составили 42,1, то в 2012 году этот показатель упал до 27,5 %. Количество предприятий с 1997 по 2012 год увеличилось с 615686 до 1341781, то есть в 2,17 раза. Однако системного характера формирования сети малых и средних предприятий, конкурирующих с крупным бизнесом, не удалось добиться. В советские времена были созданы отдельные формы локальных территориальных производственных комплексов – промышленные агломерации, узлы и центры. Однако для государственных органов они не стали объектом структурного анализа и трансформации в систему становления инновационной экономики.

Тем временем, в экономическом развитии Украины, как и ранее, недостаточно используется инновационный фактор. Как видно из табл. 1, в промышленном производстве в 2007–2011 годах его уровень и динамика характеризуются низкими показателями. Это относится в наибольшей степени к индикаторам количества предприятий, занимавшихся инновационной деятельностью.

Общая отраслевая картина создания и использования передовых технологий и объектов права интеллектуальной собственности (ОПИС), а также создания и использования передовых технологий в Украине в 2013 году, по сравнению с 2012 годом, уменьшилась на 2,6 % и составила 2224 предприятия, из которых две трети – промышленные предприятия. Их подробная отраслевая структура представлена в таблице 2.

Таблица 1

**Количество предприятий,
занимавшихся инновационной деятельностью [6]¹**

	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Всего	1679	1758	1715
из них			
имели расходы на инновационную деятельность	1348	1362	1337
внедряли инновации	1327	1371	1312
из них			
внедряли инновационные виды продукции	731	704	683
внедряли новые технологические процессы	605	598	665
реализовывали инновационную продукцию, которая была заново внедрена или подверглась технологическим изменениям в течение последних трех лет	1043	1037	1031

В течение 2013 года передовые технологии создавали 176 предприятий. Их размещение по регионам свидетельствует о том, что предприятия-новаторы концентрируются лишь в нескольких индустриальных центрах. Наибольшая их численность, а именно более трети, сосредоточена в Киеве. Другие предприятия-разработчики новых технологий размещены в Харьковской (13,6 %), Донецкой (8,0 %), Днепропетровской (6,3 %), Львовской (5,1 %), Луганской (4,0 %) и Ивано-Франковской (3,4 %) областях. При этом более трети предприятий составляют научные организации и треть представляют перерабатывающую промышленность [7]². Такая географическая и отраслевая неоднородность свидетельствует о наличии больших резервов в развитии инновационной деятельности.

Анализ количества и структуры созданных передовых технологий свидетельствует об относительно малой активности предпринимательского сектора в инновационной деятельности. Государство недостаточно влияет на эти процессы, ведь по государственному контракту создано лишь 78 новых технологий, или 16 %.

¹ Государственная служба статистики Украины. Инновационная деятельность промышленных предприятий в 2013 году / [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

² Государственная служба статистики Украины. Создание и использование передовых технологий и объектов права интеллектуальной собственности на предприятиях Украины в 2013 году / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Таблица 2

Количество предприятий, занимавшихся созданием и использованием передовых технологий и ОПИС, использованием рационализаторских предложений в 2013 году, по видам экономической деятельности, единиц [7]³

	Всего	Количество предприятий, создавших передовые технологии	Количество предприятий, использовавших передовые технологии	Количество предприятий, в которых использованы ОПИС	Количество предприятий, в которых использованы рационализаторские предложения
Всего	2224	176	2073	428	146
Промышленность	1470	62	1395	254	107
Добывающая промышленность и разработка карьеров	64	3	59	11	8
Перерабатывающая промышленность	1247	57	1179	227	92
Поставки электроэнергии, газа, пара и кондиционированного воздуха	104	1	102	8	3
Водоснабжение, канализация, обращение с отходами	55	1	55	8	3
Строительство	10	–	10	–	–
Транспорт, складское хозяйство, почтовая и курьерская деятельность	242	3	228	28	19
Информация и телекоммуникации	102	8	95	11	–
Профессиональная, научная и техническая деятельность	274	69	238	91	4
из них					
научные исследования и разработки	159	64	128	85	4
Образование	65	29	51	33	8
Здравоохранение и предоставление социальной помощи	37	4	33	10	7
Предоставление прочих видов услуг	6	1	5	1	1

³ Государственная служба статистики Украины. Создание и использование передовых технологий и объектов права интеллектуальной собственности на предприятиях Украины в 2013 году / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Таблица 3

**Количество созданных передовых технологий в 2013 году
по видам экономической деятельности, единиц [7]⁴**

	Количество созданных технологий				Количество охраняемых документов в созданных технологиях, в т. ч. на		
	всего	из них		по государственному контракту	изобретение	полезную модель	промышленный образец
		новые для Украины	принципиально новые				
Всего	486	420	66	78	189	715	108
Промышленность	141	118	23	1	49	63	61
Добывающая промышленность и разработка карьеров	3	1	2				
Перерабатывающая промышленность	135	116	19	1	33	63	61
Поставки электроэнергии, газа, пара и кондиционированного воздуха	2	2					
Водоснабжение, канализация, обращение с отходами	1	1			16		
Транспорт, складское хозяйство, почтовая и курьерская деятельность	3	3					
Информация и телекоммуникации	13	12	1	1	5	1	10
Профессиональная, научная и техническая деятельность	175	142	33	59	77	182	5
из нее							
научные исследования и разработки	168	136	32	59	76	176	3
Образование	135	128	7	11	53	390	
Здравоохранение и предоставление социальной помощи	11	9	2	6	3	61	
Предоставление прочих видов услуг	8	8			2	18	32

⁴ Государственная служба статистики Украины. Создание и использование передовых технологий и объектов права интеллектуальной собственности на предприятиях Украины в 2013 году / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Основными разработчиками новых технологий являются предприятия перерабатывающей промышленности и сферы профессиональной, научной и технической деятельности, а также образования. Другие отрасли практически не подключены к инновационной деятельности.

Уровень инновационности предприятий и организаций по типам инноваций характеризуется данными таблицы 4. В течение 2008–2010 гг. доля инновационно активных предприятий, по сравнению с предыдущим периодом, выросла на 3,0 процентных пункта, в основном за счет увеличения доли предприятий, занимавшихся организационными и маркетинговыми инновациями. Из общего количества исследованных предприятий 4,5 % занимались технологическими инновациями, 11,2 % – только организационными и маркетинговыми инновациями (нетехнологическими инновациями), 5,3 % – технологическими и нетехнологическими инновациями. Вместе с тем, доля предприятий с технологическими инновациями уменьшилась на 1,8 пунктов.

Таблица 4

**Распределение предприятий и организаций по типам инноваций
(в % к общему количеству предприятий) [4]**

	2008 г.	2010 г.
Общее количество предприятий и организаций	100,0	100,0
Инновационно активные	18,0	21,0
Занимались технологическими инновациями	11,6	9,8
Занимались продуктовыми инновациями	7,5	5,8
Занимались процессовыми инновациями	8,4	7,7
Занимались маркетинговыми инновациями	10,5	12,5
Занимались организационными инновациями	8,1	10,2
Не занимались инновациями	82,0	79,0

Как видно из показателей таблицы 5, в структуре передовых технологий преобладают полезные модели, число которых составляет 715, или 70,7 %. Изобретения как в относительных показателях (18,7 %), так и в абсолютном выражении не занимают весомого места в инновационной деятельности украинских предприятий.

Таблица 5

**Распределение созданных передовых технологий в 2013 году
 и охранных документов на ОПИС в созданных технологиях
 по видам технологий, единиц [7]⁵**

	Всего	Количество охранных документов в созданных технологиях, в том числе на		
		изобретение	полезную модель	промышленный образец
Всего	486	189	715	108
Проектирование и инжиниринг	84	17	56	21
Производство, обработка и сборка	90	36	113	69
Автоматизированная транспортировка материалов и деталей	8	–	17	–
Аппаратура автоматизированного наблюдения и/или контроля	19	10	16	9
Коммуникации и управления	58	8	17	1
Производственная информационная система	13	1	7	1
Нанотехнологии	30	37	80	–
Здравоохранение	107	18	234	–
Другие	61	43	169	3

2. Кластерная организация производства в условиях перехода к радикальным экономическим

В настоящее время в Украине существенно изменились экономические условия. Период становления молодого украинского государства совпал с процессами глобальной трансформации. С учетом этого, затягивание с назревшими модернизационными изменениями, кризисные политические процессы и глубокое социальное расслоение тормозили развитие Украины, подрывали ее суверенитет, выбрасывали ее на обочину мирового прогресса.

⁵ Государственная служба статистики Украины. Создание и использование передовых технологий и объектов права интеллектуальной собственности на предприятиях Украины в 2013 году / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

са. Настало время перемен. Доказать свое право на достойное место среди развитых стран мира, утвердить национальную конкурентоспособность, обеспечить устойчивое социально-экономическое развитие и высокие стандарты жизни граждан – такие вопросы возникают сегодня на повестке дня развития страны.

Оценка существующих реалий в экономике дает основание для выводов о необходимости перехода на новую модель развития. Для этого должны быть проведены системные реформы, которые должны одновременно касаться сразу всех политических, экономических и социальных институтов [21]. Учитывая это, президентом Украины П. Порошенко представлена «Стратегия 2020», предусматривающая более 60 реформ и специальных программ, запускать которые надо почти одновременно. При этом определены восемь сфер, изменения в которых либо решают самые острые проблемы, либо создают предпосылки для проведения других реформ. К таким приоритетам отнесены реформы судебной, правоохранительной и налоговой систем; децентрализация и реформа государственного управления; дерегуляция и развитие предпринимательства; реформа системы безопасности и обороны. Кроме того, насущными являются энергозависимость и дальнейшая популяризация Украины в мире.

Фундаментальной целью реформ, проводимых в последнее время, является получение эффекта непрерывной модернизации. Одной из форм решения актуальных задач экономического развития является внедрение современных систем территориального управления, и прежде всего локальных производственных систем кластерного типа. При этом приоритет должен отдаваться формированию таких образований, которые ориентированы на инновации, как в сфере технологических процессов, так и в производстве конечного продукта или услуги.

Для формирования и развития локальных производственных систем в Украине создаются благоприятные условия, особенно учитывая задачи реформирования государственного управления региональным развитием. Важнейшими мероприятиями в этом направлении станут пересмотр и уточнение приоритетов развития в системе региональных стратегий; упорядочение и согласование положений региональных целевых программ в соответствии с программными документами общенационального уровня; модернизация правовых условий деятельности органов местного самоуправления.

Среди условий развития кластеризации в Украине в настоящее время важнейшее значение должно придаваться формированию благоприятной институциональной среды. Особое значение при этом имеет имплементация положений законодательства Европейского Союза относительно защиты права интеллектуальной собственности в законодательство Украины, совершенствование охраны имущественных прав субъектов авторского права, упрощение и унификация патентных процедур. На очереди – осуще-

ствление мероприятий по формированию сетевого взаимодействия научных, научно-исследовательских, научно-производственных учреждений, организация постоянного процесса выявления и мониторинга факторов и барьеров, которые создают препятствия инновационной деятельности, введение в практику разработанных институциональных инструментов.

Институциональная среда функционирования ЛВС в Украине формируется в условиях реализации национальной стратегии, ориентированной на развитие местного самоуправления, постепенное расширение прав территориальных общин, передачу полномочий центра регионам. В Украине идет внедрение таких европейских инструментов институционального строительства, как Twinning (Указ Президента Украины «Вопросы обеспечения внедрения программы Twinning» от 06.10.2005 года), TAIEХ (постановление Кабинета Министров Украины «Об утверждении Порядка подготовки и выполнения плана привлечения внешней помощи Европейской Комиссии в рамках TAIEХ» от 09.04.2008 года № 316) и программы Всеобъемлющего институционального развития (СІВ) (распоряжение Кабинета Министров Украины «Некоторые вопросы подготовки и выполнения программы Всеобъемлющего институционального развития в рамках инициативы Европейского Союза «Восточное партнерство» от 10.11.2010 г. № 2078-р).

Внедрение европейских инструментов институционального развития осуществляется комплексно и соответствует приоритетам имплементации Соглашения о зоне свободной торговли между Украиной и ЕС, а также уже действующим европейским программам технической помощи и бюджетной поддержки. В последние годы Украина является одним из лидеров по количеству завершенных и реализованных проектов Twinning среди стран Европейского инструмента соседства и партнерства. При этом растут объемы таких проектов [25а].

Следует отметить, что Twinning является инструментом институционального строительства. В его рамках осуществляется сотрудничество между государственными служащими аналогичных органов власти стран-членов ЕС и стран-партнеров в вопросах внедрения элементов государственного управления, необходимых для адаптации национального законодательства к законодательству ЕС. Вторым элементом институционального строительства является TAIEХ. В 2006–2011 годах 6839 украинских государственных служащих принимали участие в 292 мероприятиях TAIEХ, проводившихся в таких сферах: свобода, безопасность и юстиция – 61 мероприятие, внутренний рынок – 127, транспорт, окружающая среда и энергетика – 62, сельское хозяйство и безопасность продуктов питания – 42 мероприятия [25а].

В институциональной структуре украинской промышленности важное место занимает «Концепция Общегосударственной целевой программы развития промышленности на период до 2020 года» [13]. Ее целью является

ся активизация инновационно-инвестиционной деятельности в промышленности с тем, чтобы достичь положительного влияния на его структуру, обеспечить рынок конкурентоспособными промышленными товарами и ускорить интеграцию промышленного комплекса в мировое производство. В концепции сформулированы подходы для определения оптимального варианта достижения его цели. Эта задача решается на основе сравнительного анализа трех возможных вариантов. В первом из них практически отсутствует влияние органов государственной власти на промышленное производство в стране, хотя допускается использование прямых методов путем финансирования выполнения государственных заказов. Второй вариант исходит из поиска путей модернизации промышленного производства на базе импортных научно-технических достижений (технологий, оборудования, видов продукции, услуг), которые практически не представлены на мировом рынке. Риски первого варианта сводятся к хаотичному развитию промышленного производства, а второго – к закреплению периферийного статуса национальной промышленности в качестве рынка – вместилища для удовлетворения потребностей стран индустриального центра.

Наиболее перспективным для формирования новой украинской экономики, хотя и самым трудным для реализации, является третий вариант достижения цели концепции развития промышленности до 2020 года. Он ориентирован на структурно-технологические преобразования промышленности, в основе которых лежат средне- и высокотехнологичные производства. При этом доля отечественных разработок должна получить растущую тенденцию в процессе интеграции инновационной и промышленной политики. К решающим факторам успеха такой стратегии отнесено создание структур, особенно научно-инновационно-производственных кластеров в высокотехнологичных отраслях. Предполагается, что новые кластеры сконцентрируют свои усилия на коммерциализации производственных мощностей государственных предприятий и отраслевых научных институтов. Не исключается также использование форм государственно-частного партнерства и средств различных источников, в том числе бюджетных, кредитных и инвестиционных.

Глобализация приводит к изменению форм локальной организации производства. В мировом хозяйстве происходит развитие новых форм фрагментации, в рамках которых усиливаются интеграционные процессы. Сначала они охватывали преимущественно группы национальных экономик и наиболее четко проявлялись в создании Европейского Союза, в котором внешнеэкономические связи стран-членов ориентированы преимущественно на партнеров по сотрудничеству. Однако границы таких образований также достаточно масштабны и требуют дополнения локальными интеграционными объединениями из-за того, что в системе экономических отношений нельзя одновременно «дружить» со всем миром, если нет совпадения интересов по поводу производства и реализации товаров и услуг.

3. Общеэкономические и региональные условия формирования кластерных систем

Использование преимуществ открытости национальных экономик ставит перед компаниями условия, при которых они вынуждены выбирать для размещения своей деятельности места, в которых существует лучшая бизнес-среда для их нужд. Чем больше глобальные рынки, тем выше вероятность того, что ресурсы будут поступать в более привлекательные регионы, стимулируя формирование локальной специализации и создания кластеров. Последние, приобретая более высокую конкурентоспособность, мотивируют создание новых кластеров через формирование потребностей в получении дополнительных услуг или возникновении новых ниш для создания локальных производственных систем.

Архетипическим примером региона, в котором рождаются сильные кластеры во многих высокотехнологичных областях, является Силиконовая долина в США. Высокие результаты получены сильными европейскими кластерами, созданными на основе использования американского опыта. Они специализируются на финансовых услугах (Лондон), выращивании цветов (Голландия), биологической фармацевтике (Дания и Швеция) и других производствах и услугах. При этом стоит отметить, что во многих странах кластерная политика начала формироваться на региональном уровне раньше, чем на национальном. Так, в Германии такие земли, как Баден-Вюртемберг, Бавария, Северный Рейн-Вестфалия, начали программы по созданию сетей, объединявших науку и бизнес, еще в 80-е годы. Однако федеральное правительство инициировало первые программы в середине 90-х годов [27]. Это свидетельствует о том, что при наличии сильных регионов в экономическом и административном аспектах, каковыми являются земли Германии, «пусковым двигателем» развития на важных направлениях могут быть регионы, а не центр.

Включение государства в кластерную политику в значительной степени связано с возникновением потребностей в финансировании конкретных совместных проектов. Как правило, оно ограничивалось стимулированием процессов самоорганизации и формирования кластеров в экономике регионов. Это можно проиллюстрировать на примере программ по поддержке кластеров во Франции, ориентированных на развитие локальных производственных систем («local productive system»). Она предоставляла возможность получения субсидий в среднем в сумме 37,5 тыс. евро на кластер. Условия финансовой поддержки были относительно мягкими: формирование кластерной организации, объединявшей ее основателей [28]. Они могли тратиться на довольно широкий перечень расходов, в том числе на создание бренда; поддержку экспорта; самоорганизацию предприятий, универси-

тетов и местных властей; получение опыта для реализации в дальнейшем более масштабных программ. В 2006–2008 гг., учитывая успешность программ развития локальных производственных систем, их сменила программа «Competitiveness clusters», фонд которой составил 1,5 млрд евро, что расширяло диапазон поддержки кластерных инициатив. С нее осуществлялось финансирование конкретных программ кластеров, которые уже были сформированы и подтверждали свою эффективность.

Сильные кластеры, имея региональное местоположение, распространили свою деятельность на глобальное экономическое пространство в аспектах привлечения персонала, технологий и инвестиций. Для них характерно обслуживание мировых рынков и кооперация с другими региональными кластерами, обеспечивающими дополнительные взносы в глобальных цепочках создания стоимости. В конце концов, происходит углубление специализации в локальных пространствах. В случае же медленного включения в этот процесс возрастают риски отставания региона в экономическом и социальном развитии и возникновения депрессивного состояния.

Оценивая развитие кластерных систем в развитых странах, надо отметить, что они, с одной стороны, способствовали экономическому развитию, учитывая глобальные условия последних десятилетий, а с другой – нуждались в адаптации к задачам, возникшим в 20 годах XXI века. Однако международные статистические исследования Т. Баль-Вожняк не подтвердили значительного движения вперед в контексте инновационности, особенно в новых государствах – членах ЕС [2, 152]. Существует гипотеза относительно большего влияния инновационности на сокращение разрыва уровня развития путем снижения выгоды от интенсификации переходных процессов сетевой экономики, основанной на ресурсах, до экономики, основанной на знаниях.

Целью стратегии Европа-2020 стал рост экономической мощи Европейского Союза и уровня благосостояния его граждан. «Наши усилия должны быть более сфокусированными на развитие конкурентности ЕС, производительности, потенциала роста и экономического сближения. Новая стратегия концентрируется на ключевых сферах, о которых нужно действовать: знания и инновации, более стабильная экономика, более высокая занятость и социальное вовлечение [9, 16]», – говорится в выводах Европейского Совета.

С целью поддержания высоких жизненных стандартов и их дальнейшего улучшения Европа начала поиск новых организационных форм для кластеров, которые будут обеспечивать прогресс в сфере инноваций. Это означает требование того, чтобы Европа стала более продуктивной в генерировании новых идей, чтобы сократить отставание от США и стран Азии в инновационном развитии. Следовательно, европейские кластеры развиваются в направлении трансформации в мощные катализаторы этого процесса, функционируя как связанные друг с другом территориальные центры.

Современные взгляды на роль кластеров, сформулированные в «Европейском меморандуме относительно кластеров», заключаются в том, что они представляют собой «региональные центры концентрации и специализированных компаний, связанные друг с другом многочисленными каналами, создающими благоприятную среду для инноваций. Они делают возможными «открытые инновации», т. е. создание и совершенствование новых идей в сети, состоящей из компаний и организаций, которые сотрудничают между собой. Эти группы компаний и организаций способствуют устранению препятствий для превращения новых идей в новые продукты и получения максимальной выгоды от глобализации» [29].

Анализ публикаций свидетельствует о том, что в разрезе территориальных образований и отдельных отраслей кластеризация развивается неравномерно. Наибольшее распространение она получила в строительстве, туризме, пищевой и швейной промышленности. Успешно начали работать в Ивано-Франковской области кластеры туризма и производства сувенирной продукции «Созвездие», а также кластер «Лижникарство и другие художественные промыслы на Прикарпатье» по изготовлению изделий из овечьей шерсти. В Рокитновском районе Ровенской области зарегистрирован кластер по деревообработке, в Херсонской области – транспортно-логистический кластер «Южные ворота Украины», в Полтавской – кластер экологически чистого детского питания «Полтавщина», в Одесской – кластер органического земледелия и сельского зеленого туризма в Придунавье, в Харьковской – кластер свиноводства и мясных изделий и в городе Севастополе – 7 кластерных объединений, в т. ч. туристско-рекреационные «Херсонес» и «Байданы-тур» [10]. Стоит добавить, что в городе Севастополе сформировался новый подход к созданию локальных производственных систем, проявившийся в создании на базе семи кластерных объединений мега-кластера «Севастополь», от чего ожидается получение большего эффекта синергии.

Во всех областях строительной сферы Украины созданы и успешно функционируют кластеры. Первый из них в этой области и фактически в Украине – кластер «Подолье» – создан в городе Хмельницком в 1998 году. Он объединил более 30-ти связанных со строительством предприятий и организаций, расположенных на территории Хмельницкой области, почти все из которых сотрудничают по сей день, обеспечивая рабочими местами около пяти тысяч человек. Кластер выполняет оригинальные заказы как в Украине, так и за рубежом в рамках украинско-польской программы делового сотрудничества [20]. Основание строительного кластера на Хмельниччине стало возможным благодаря наличию на территории области полезных ископаемых, используемых в строительной индустрии, а также соответствующего научного, производственного и кадрового потенциала. Не последнюю роль сыграло и то обстоятельство, что через город Хмельницкий проходят

большие финансовые потоки, благодаря тому, что за последние десятилетия в нем сформировались крупные оптовые рынки.

Если опыт кластера «Подолье» можно оценивать как выход на международный рынок в форме экспорта строительных услуг, то в Харьковской области совместно с Белгородской областью Российской Федерации создан трансграничный строительный кластер еврорегиона «Слобожанщина» [24]. В его состав вошли представители органов местной власти, предприятия и учреждения инфраструктуры, общественные организации и строительные организации, специализирующиеся на предоставлении услуг по проектированию, производству строительных материалов, строительства, технической эксплуатации, реконструкции и капитального ремонта объектов жилищного, гражданского и промышленного назначения Белгородской и Харьковской областей. Организаторами кластера выступили Белгородский областной фонд поддержки малого предпринимательства, Белгородский государственный технологический университет имени В. Г. Шахова, открытое акционерное общество «Харьковский региональный фонд поддержки предпринимательства» и Харьковский государственный технический университет строительства и архитектуры. Главные задачи, решаемые в рамках кластера, заключаются в снижении себестоимости работ и повышении качества строительной продукции; освоении новых видов строительной продукции, материалов и технологий; внедрении международных стандартов системы менеджмента качества ИСО 9001 в строительном комплексе; росте ввода в эксплуатацию объектов повышенного качества (в том числе жилых) [24].

Пример Хмельницкой области по объединению усилий в рамках кластерной организации бизнеса с целью повышения его конкурентоспособности приобретает все большую популярность в Украине. Региональные администрации и предприниматели рассматривают Хмельнитчину как учебный центр для поиска наиболее приемлемых моделей использования конкурентных преимуществ в своих регионах и отраслях. Благодаря этому происходит постепенный рост процессов кластеризации. Наиболее упорные и динамические течения последних десятилетий смогли достичь определенных успехов.

К удачным инициативам, функционирующим последние десять лет благодаря объединению, относится Хмельницкое областное общественное объединение «Швейный кластер», зарегистрированное в 2001 году. В него вошли предприятия легкой и текстильной промышленности, Хмельницкий национальный университет и «Студенческий дом моделей». Предприятия этого кластера отошли от массового производства униформ и начали формировать свои модельные линии, рационально распределив между собой рынки сбыта продукции.

Успешно функционирует в сфере производства товаров широкого потребления кластер «Краматорск ювелирный», созданный в 2010 году. Партнерами в его организации выступили владельцы ювелирных заводов и Тор-

гово-промышленная палата Донецкой области. В его модели реализуется цель по диверсификации городской экономики и использованию брендинга территории в качестве национального центра машиностроения. Объединение начало большую работу по обучению и повышению квалификации персонала. В 2011 году было проведено 14 семинаров и тренингов с участием руководителей, менеджеров, представителей рекламных подразделений предприятий кластера. В марте 2011 года состоялась рабочая поездка представителей кластера в Германию. В ходе визита был изучен опыт применения кластерной модели ювелиров Германии, тенденции и направления европейского дизайна ювелирных украшений. Опыт инновационных и эволюционных изменений в ювелирной промышленности Украины в августе 2011 года был представлен на тематическом заседании «КАЙДЗЕН-клуба по проблемам развития малого и среднего бизнеса в Украине». В сентябре ювелирный кластер как бизнес-ассоциация был презентован на конференции проекта Центра международного частного предпринимательства «СИРЕ» на тему «Развитие потенциала бизнес-ассоциаций в Украине», в которой принимали участие представители торгово-промышленных палат и бизнес-ассоциаций Украины, России, Беларуси.

Большая заинтересованность проявляется ныне в локальных систем организации производства в приморских регионах. Украина – крупная морская держава. Она владеет морскими портами на Азово-Черноморском бассейне, представляющими собой узловой элемент построения конкурентоспособной национальной транспортной системы. Однако в области уже второе десятилетие не осуществлялись структурные преобразования, а государственные предприятия имеют в своем распоряжении сверхнормативная изношенность основных фондов. В этих условиях осуществляется, мягко говоря, непрозрачная приватизация и развивается вне правового поля сеть частных морских терминалов. Но стремительно растет грузопоток и количество инвестиционных проектов, ориентированных на развитие портового хозяйства. Однако, из-за отсутствия взаимодействия с другими транспортными отраслями, особенно с железной дорогой, нет достаточного соответствия между мощностями портов и портовой инфраструктурой.

Все это создало хозяйственную ситуацию, решение проблем которой требует создания морских кластеров. На нынешнем этапе осуществляются исследования по разработке кластерной модели, которая будет в состоянии обеспечить рост роли морского транспорта в экономике страны. Один из вариантов модели под названием «национальный морской кластер» представлен Государственной администрацией морского и речного флота [13, 12–13]. Он состоит из системы морских кластеров: Дунайского (порты: Рени, Измаил, Усть-Дунайск); Одесского (порты: Одесса, Ильичевск, Южный, Белгород-Днестровский); Николаевский (порты: Николаев, Октябрьск, Херсон, Скадовск); Крымского (порты: Евпатория, Севастополь, Ялта, Керчь); Азовского моря (порты: Мариуполь, Бердянск). Организационный потенциал

такого проекта определен такими составляющими, как технологическая зрелость в сфере стратегического, проектного и программного управления, четкость видения будущего и первого шага реализации проекта. Считается, что такая структура национального морского кластера обеспечивает гибкость в управлении, планирование деятельности и координацию действий отдельных кластеров, а также существенное повышение конкурентоспособности и равномерную загрузку портов [14, 99–102].

Другая концепция создания морских кластеров основывается на региональном подходе и инициативе «снизу». Она предусматривает функционирование двух групп кластеров: зарождающихся (*emerging cluster*) и пре-кластеров, или агломераций. Зарождающиеся кластеры относятся ко второй стадии циклического кластерного развития, которая заключается в том, что в регионе появляется несколько компаний, объединяющихся для специализации в «ключевой» сфере деятельности и расширения общей перспективы сотрудничества [16, 131–136]. Кластеры приморской территории специализируются на рыбном хозяйстве, морскому транспорту и логистике. Это соответствует опыту Канады по реализации программы поддержки морегосподарских кластеров и Норвегии по созданию условий для развития кластера «морское хозяйство».

Использование пре-кластеров в системе морского хозяйства ориентируется на неформальное объединение компаний малого и среднего бизнеса судоремонтной и судостроительной сферы деятельности. Их миссия в условиях пребывания этих подотраслей в кризисном состоянии определяется в формировании конкурентоспособной сети фирм, обеспечивающих успешное развитие региона на основе использования местных и отраслевых конкурентных преимуществ.

В экономическом пространстве приграничных регионов возрастает актуальность трансграничной кооперации на основе формирования единой инновационной инфраструктуры, обеспечения эффективного использования местного научно-технического потенциала, создания условий для модернизации промышленности и ее ускоренного развития⁶. Это особенно характерно для Придунайских территорий после вступления Румынии в Европейский Союз и возникновения в результате этого новых возможностей, которые может дать объединенная Европа. Проекты кластеризации в Придунавье, о которых речь шла выше, в настоящее время разрабатываются только для украинской стороны, что несколько ограничивает их эффективность, учитывая уникальность региона, через который проходит одна из

⁶ Фактически в приграничных регионах, особенно это может быть присуще приморским территориям, есть хорошие перспективы для возникновения «полюсов роста» Ф. Паррето, образующихся у доминирующих отраслей, которые играют роль своеобразных «моторов». Эффект доминирования приводит к тому, что «отрасли-моторы» стимулируют подтягивание смежных производств, порождая рост производства и нововведений.

важнейших транспортных артерий Европы. Для разработки стратегии создания кластерных систем должно учитываться расположение Придунайского региона на пересечении важнейших международных путей из Европы в Азию, включающем три морских торговых порта (города Рени, Измаил, Усть-Дунайск), 2 судоремонтных завода, Государственную судоходную компанию Открытое акционерное общество «Украинское Дунайское пароходство», 4 железнодорожные станции; локомотивное депо, ряд предприятий автомобильного транспорта, аэропорт «Измаил». Согласно выводам экспертов, в регионе целесообразно создать учебный и информационно-аналитический кластер, на основе которого можно будет приобрести навыки и опыт в анализе внедрения локальных производственных систем и осуществлять дальнейшее формирование кластеров различного типа на территориях Еврорегиона «Нижний Дунай» (Украина, Румыния, Молдова) [15, 96–97]. Что касается привлечения иностранных инвестиций в экономику Придунавья, то оно требует решения проблем восстановления технологической базы предприятий региона, модернизации и перепрофилирования действующих производств, которые простаивают. При этом приоритетными должны быть направления развития, включающие усовершенствование и расширение транспортных сетей и портов, а также расширение и диверсификацию экспортного бизнеса.

4. Научные парки в развитии инновационных процессов

Создание и деятельность научных парков осуществляется в соответствии с Законом Украины «О научных парках» от 25 июня 2009 года № 1563-VI. Научным парком считается юридическое лицо, создаваемое по инициативе высшего учебного заведения и/или научного учреждения путем объединения вкладов учредителей для организации, координации, контроля процесса разработки и выполнения проектов научного парка. Его партнерами могут быть субъекты хозяйствования, которые для этого должны заключить соответствующий договор. Приоритетными направлениями научного парка должны быть экономически и социально обусловленные научные, научно-технические и инновационные виды деятельности, соответствующие цели его создания, отраслевому профилю основателя, учитывающие потребности региона и согласующиеся с законами «О приоритетных направлениях развития науки и техники» и «О приоритетных направлениях инновационной деятельности в Украине».

Исследование проблем развития научных парков осуществляется многими украинскими и зарубежными учеными. Среди них: В. Андриянов (теоретические основы научных парков) [1, 33–35]; М. М. Иванов,

С. Р. Колупаев (методы управления наукой и нововведениями в США) [11]; А. Каратаев (функционирования научных парков в развитых капиталистических государствах) [12, 13–15]; В. К. Васенко (мировой опыт функционирования и стратегия развития свободных экономических зон в Украине) [3]; В. И. Ляшенко, А. И. Землянкин, И. Ю. Пидоричева, Т. Ф. Бережная (инфраструктура научных парков) [18, 89–109]; А. А. Мазур (мировой и украинский опыт функционирования технологических парков) [19]; В. Семиноженко (технопарки и опыт формирования инновационной экономики) [19]; Д. В. Табачник (мировой и украинский опыт функционирования технологических парков [25] и другие. Однако практика создания технопарков еще не получила достаточно широкого распространения, хотя определенный опыт уже накоплен, что дает основания для дальнейшего создания их сети.

Первый научный парк «Киевская политехника» был создан на базе Национального технического университета «Киевский политехнический институт» согласно Закону Украины № 523-V от 22.12.2006 г. «О Научном парке «Киевская политехника» с целью организации массовой инновационной деятельности, направленной на интенсификацию процессов разработки, производства и внедрения высокотехнологичной продукции на внутреннем и внешнем рынках, повышение поступлений в государственный и местные бюджеты, ускорение инновационного развития экономики Украины. Этот закон имел практически пилотное значение для формирования нормативных правил и основных принципов деятельности научных парков.

Создание научного парка «Киевская политехника» обеспечило привлечение 55 иностранных и украинских высокотехнологичных компаний, около сотни научных групп и лабораторий КПИ, создающих для них поток конкурентоспособных ноу-хау, более 20 инженерных факультетов, готовящих для компаний высококачественный персонал, несколько венчурных и инвестиционных фондов, которые, в случае необходимости, выступают инвесторами отдельных стартап-проектов. К работе научного парка привлекается все больше студентов, которые не только работают в его компании, но и создают в структуре бизнес-инкубатора парка собственные маленькие компании для вывода на рынок своих изобретений и проектов [8].

В течение 2005–2010 гг. участники технопарка «Киевская политехника» вывели на рынок более 150 новых продуктов и технологий. Среди разработок парка: комплекс средств вычислительной техники, которые ограждают пользователя от побочного электромагнитного излучения; стратегическое планирование и системное управление устойчивым развитием мегаполисов Украины; энергоэффективный экодом с комплексным использованием возобновляемых и нетрадиционных источников энергии; технология производства новых диетических продуктов питания оздоровительного и профилактического действия; микроспутник; технологии малозатратного производства титана [8].

Организация и деятельность парка осуществляется в соответствии с тремя основными элементами модели «тройной спирали» (triple helix), разработанной в 1996 г. профессором Стэнфордского и Эдинбургского университетов Генри Ицковицем, которая включает университеты, бизнес и государство [5]. Что касается научного парка «Киевская политехника», то активно работают в нем только два участника: университет и производственный сектор (американские компании Netcracker, USPolytech, EPAMSystems; «Европейский институт инновационных технологий» (Лондон), немецкий научный центр «Евроцентр»; украинские компании – группа DF, «Датагруп», «Технологии природы», «Юавиа», херсонское предприятие «Судмаш», концерн «Укрпожсервис», Киевское предприятие «Меридиан» и другие). Государство же практически не интересуется опытом работы первого научного парка страны. А тем временем оно могло бы делать заказ на создание высоких технологий для критически важных сфер: ресурсоэнергосбережение, биотехнологий для пищевого и аграрного секторов промышленности, информационных систем для эффективного управления различными звеньями общества. Такая политика обеспечила бы снижение высокотехнологичного импорта в Украину по этим направлениям.

Сеть научных парков в настоящее время в Украине расширилась, однако их влияние на формирование инновационной экономики невозможно осуществить. Чтобы отслеживать процессы функционирования научных парков, целесообразно выделить их сеть. В научной литературе описываются такие научные парки [18, 89–109]: «Аэрокосмические инновационные технологии», созданный в 2010 году в рамках проекта ЕС «Поддержка наукоемких и инновационных предприятий и трансфера технологий в Украине» на базе Национального авиационного университета (г. Киев); «Киевский университет им. Т. Шевченко», созданный в конце 2010 года научными учреждениями НАН Украины (Институтом археологии, Институтом биологической химии и нефтехимии, Институтом биохимии им. О. В. Палладина, Институтом геохимии, минералогии и рудообразования им. М. П. Семенкова, Институтом электросварки им. Е. О. Патона, Институтом истории Украины, Институтом металлофизики им. Г. В. Курдюмова, Институтом микробиологии и вирусологии им. Д. К. Заболотного, Институтом органической химии, Институтом прикладной физики, Институтом проблем материаловедения им. И. М. Францевича, Институтом проблем регистрации информации, Институтом теоретической физики им. М. М. Боголюбова) и высшими учебными заведениями IV уровня аккредитации (Киевским национальным университетом имени Тараса Шевченко, Национальным университетом пищевых технологий); «АГРОЕКО», созданный на базе Института агроэкологии и экономики природопользования Национальной академии аграрных наук Украины (ИАЕП НААН Украины) при участии Института агроэкологии и экономики природопользования НААН Украины, Института сахарной свеклы и энергетических культур НААН Украины, Института гидротехники и мелиорации НААН Украины, национального научного центра «Институт земледе-

лия» НААН Украины, национального научного центра «Институт механизации и электрификации сельского хозяйства» НААН Украины, Институт сельскохозяйственной микробиологии НААН Украины, национального научного центра «Институт аграрной экономики» НААН Украины, Дарницкого центра содействия инвестициям, инновациям и высоким технологиям, Киевской областной государственной администрации, Национального университета биоресурсов и природопользования Украины.

Среди ученых существует мнение, что некоторые технопарки правомерно относить к научным паркам для того, чтобы они могли в большей степени пользоваться льготами, которые предоставляются физическим лицам с таким статусом [20, 62]. В частности, называются технопарки «Киевская политехника»; «Текстиль», базой которого является Херсонский национальный технический университет; «Агротехнопарк» Национального университета пищевых технологий и «Яворов» Национального университета «Львовская политехника». Учитывая наличие в Украине развитой сети учебных заведений высшего уровня аккредитации, научно-исследовательских и проектно-конструкторских институтов, а также современной бизнес-среды, можно считать, что в ближайшее время будут создаваться новые мощные научные парки. В настоящее время разработан проект формирования сети научных парков в Донецком регионе. Для реализации этой цели будет использоваться механизм франчайзингового тиражирования вокруг ядра сети, которым является Донецкий научный центр Национальной академии наук Украины и Министерства образования и науки Украины и региональные отделения Торгово-промышленной палаты Украины в городах Донецке и Луганске [18, 89–109]. Пилотное проектирование предполагает использование трех вариантов: на базе научного учреждения; на базе высшего учебного заведения IV уровня аккредитации; совместно научными учреждениями и высшими начальными заведениями IV уровня аккредитации. При этом рекомендуется применять подход «снизу», когда научные парки формируются научными учреждениями и вузами IV уровня аккредитации инициативно, в условиях политической поддержки власти. На втором этапе будет осуществляться дубликация, то есть формирование дублицированных научных парков в другом городе региона при условии достижения целей создания пилотных научных парков. На третьем этапе планируется франчайзинговое тиражирование в форме передачи на коммерческой или иной договорной основе отработанной схемы функционирования пилотных и дублицированных научных парков для использования в других городах и районах Донецкой и Луганской областей.

Литература

1. Андриянов В. Научные парки. Юго-восточный вариант / В. Андриянов // Внешняя торговля. – 1990. – № 9. – С. 33–35.
2. Баль-Вожняк Т. Економічні мережі як ефективні механізми координації інноваційної діяльності / Тереза Баль-Вожняк // Міжнародна економічна політика. – 2010. – № 1–2 (12–13). – С. 133–155.
3. Васенко В. К. Вільні економічні зони: стратегія розвитку : моногр. / В. К. Васенко. – Суми : Довкілля, 2004. – 348 с.
4. Білоконь О. І. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2008–2010 років (за міжнародною методологією) [Електронний ресурс] / Білоконь О. І., Біленька Н. О. – Режим доступа : Inn_2010[1].zip – ZIP архив, размер исходных файлов 231 388 байт.
5. Дежина И. Г. Государство, наука и бизнес в инновационной системе России / И. Г. Дежина, В. В. Киселева. – М. : Институт экономики переходного периода, 2007. – 184 с.
6. Державна служба статистики України. Інноваційна діяльність промислових підприємств у 2013 році. [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Державна служба статистики України. Створення та використання передових технологій та об'єктів права інтелектуальної власності на підприємствах України у 2013 році. [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Дослідницькі університети як центри інноваційного розвитку країни [Електронний ресурс] / Інтерв'ю ректора Національного технічного університету «Київський політехнічний інститут» журналісту газети «Дзеркало тижня» // Дзеркало тижня. – 2011. – № 2. – Режим доступа : <http://www.dt.ua/articles/73711#article>.
9. Європейська Рада схвалила стратегію Європа-2020 // Євробюлетень. – 2010. – Квітень, № 4. – С. 16.
10. Захарченко В. Конкурентоспроможність регіонів України: кластерний підхід [Електронний ресурс] / Володимир Захарченко, Сергій Захарченко // Краєзнавство. Географія. Туризм. (Всеукраїнська газета). – Режим доступа : http://www.vmurol.com.ua/upload/publikatsii/nauka/pdf_2012/Concurentospromozhnist_regioniv_Ukrayini.pdf.
11. Иванов М. М. США: Управление наукой и нововведениями / М. М. Иванов, С. Р. Колупаев. – М. : Наука, 1990. – 231 с.

12. Каратаев А. Научные парки развитых капиталистических стран / А. Каратаев // Внешняя торговля. – 1990. – № 9. – С. 13–15.
13. Козырь Б. Ю. Морские кластерные системы и Николаевский регион // Порты Украины. – 2010. – № 7 (99). – С. 12–13.
14. Козырь Б. Ю. Кластерные системы в проектах развития морских торговых портов Украины / Ю. Б. Козырь // Управління розвитком складних систем. Збірник наукових праць. Випуск 6. – К. : Київський національний університет будівництва і архітектури, 2011. – С. 99–102.
15. Коваленко С. І. Транскордонна кооперація українського Придунав'я в межах кластерної моделі / С. І. Коваленко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2009. – № 38. – С. 96–97.
16. Колесник И. Н. Перспективы развития региональных морских кластеров в Украине / И. Н. Колесник // Вісник Донецького національного університету. – 2011. – Вип. 1, т. 1. – С. 131–136. – (Серія В: Економіка і право).
17. Концепція Загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2020 року. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 липня 2013 р. № 603-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KR130603.html.
18. Ляшенко В. І. Перспективи розвитку наукових парків як елементів інфраструктури малого інноваційного підприємництва в Україні / В. І. Ляшенко, А. І. Землянкін, І. Ю. Підоричева, Т. Ф. Бережна // Вісник економічної науки України. – 2012. – С. 89–109.
19. Мазур О. А. Технологічні парки. Світовий та український досвід / О. А. Мазур, В. С. Шовкалюк. – К. : Прок-бізнес, 2009. – 70 с.
20. Немець Л. До питання функціонування технопарків у світі і в Україні / Людмила Немець, Надія Грищенко // Часопис соціально-економічної географії. – 2010. – № 8. – С. 62.
21. Порошенко П. О. Виступ Президента України на прес-конференції «Стратегія-2020» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://president.gov.ua/news/31291.html>.
22. Семиноженко В. Технологічні парки в Україні: перший досвід формування інноваційної економіки / В. Семиноженко // Економіка України. – 2004. – № 1. – С. 6.
23. Соколенко С. Динаміка кластеризації економіки Польщі: уроки для України [Електронний ресурс] / С. І. Соколенко : Доповідь на міжнародному семінарі МОН України 22.04.2010 р. – Режим доступу : <http://ucluster.org/sokolenko/2010/04/dinamika-klasterizaci%D1%97-ekonomiki-polshhi-uroki-dlya-ukra%D1%97ni/>.

24. Строительный кластер Еврорегиона «Слобожанщина». [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.mb31.ru/page/klaster_slob.
25. Технологічні парки. Світовий та український досвід / за ред. Д. В. Табачника. – К. : Вид-во Тп ІЕЗ, 2004. – 48 с.
- 25а. Толкованов В. В. Європейські інструменти інституційної розбудови та досвід їх впровадження в Україні. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2012-2/doc/5/04.pdf>.
26. Україна в народногосподарському комплексі СРСР. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://pidruchniki.ws/1256060740415/politekonomiya/ukrayina_narodnogospodarskomu_kompleksi_srsr.
27. Cluster policy in Europe. A brief summary of cluster policies in 31 European countries, 2008, P. 17. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.clusterobservatory.eu/system/modules/com.gridnine.opencms.modules.eco/providers/getpdf.jsp?uid=100146>.
28. Martin P. Public support to clusters: A firm level study of French «Local productive systems» / Martin P., Mayer T. and Mayneris F. // Mimeographed, University of Paris I, 2010, p. 4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://perso.uclouvain.be/florian.mayneris/rsue.pdf>.
29. The European Cluster Memorandum. Promoting European Innovation through Clusters: An Agenda for Policy Action. Prepared by The High Level Advisory Group on Clusters, chaired by Senator Pierre Laffitte. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.vinnova.se/upload/dokument/VINNOVA_gemensam/Kalender/2008/Klusterkonferens_jan08/European%20Cluster%20Memorandum%20Final.pdf.
30. World intellectual property indicators. – WIPO, 2010. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/intproperty/941/wipo_pub_941_2010.pdf.

Статья поступила в редакцию 26 августа 2014 г.



Макроэкономика

Надежда РЕЗНИК

**СОЦИАЛЬНАЯ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА:
СУЩНОСТЬ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

Резюме

Исследованы основные элементы механизма социальной ответственности бизнеса. Обобщены научные подходы к определению сущности категории «социальная ответственность бизнеса», предложена авторская трактовка. Определены основные стимулы, которые будут способствовать социальной направленности предпринимательской деятельности. Предложены основные направления, ведущие к повышению эффективности механизма социальной ответственности бизнеса.

Ключевые слова

Социальная ответственность, предпринимательская деятельность, механизм, АПК, партнёрство.

Классификация по JEL: M14, L26.

© Надежда Резник, 2014.

Резник Надежда, докт. экон. наук, профессор, Киевский международный университет, Украина.

Постановка проблемы. Переход Украины к устойчивому экономическому развитию, интеграция в европейское и мировое содружество требуют ввода современной практики взаимодействия общества, государства и бизнеса, которые позволили бы усилить взаимную ответственность всех участников, создать условия для дальнейшего стабильного развития страны.

С учетом общественной значимости социальной ответственности бизнеса, данная проблематика приобретает особенную актуальность.

Анализ последних исследований и публикаций. В последнее время разные аспекты реализации принципов социальной ответственности бизнеса нашли отражение в трудах украинских учёных, в частности В. Воробя, Л. Денисюка, А. Лазаренка, М. Сапрыкиной, В. Смиренского, М. Стародубской и других.

Вместе с тем, современный этап глобализации предопределяет необходимость исследования новейшей парадигмы формирования механизма социальной ответственности бизнеса и обобщение направлений адаптации мирового опыта, его применения в деятельности национальных компаний.

Постановка задачи. Целью статьи является исследование основных элементов механизма социальной ответственности бизнеса и разработка направлений повышения его эффективности.

Изложение основного материала. В экономически развитых странах мира получила распространение концепция социальной ответственности бизнеса, которая заключается в сознательном отношении субъектов хозяйственной деятельности к требованиям социальной необходимости, социальных заданий, морально-этических норм и ценностей, понимания последствий своей деятельности для общества, государства, потребителей, деловых партнёров и своих работников [1].

В научной литературе социальную ответственность также рассматривают как продвижение практик ответственного бизнеса, которые приносят пользу бизнесу и обществу и содействуют социальному, экономическому и экологически стойкому развитию путём максимизации позитивного влияния бизнеса на общество и минимизацию негативного [2, с. 23].

Согласно другому определению, социальная ответственность бизнеса означает достижение коммерческого успеха путями, которые ценят морально-этические принципы содружества и окружающую среду [3].

Социальную ответственность бизнеса можно также определить и как свободный выбор компании в пользу повышения уровня благосостояния

общества с помощью соответствующих подходов к ведению бизнеса и предоставлению корпоративных ресурсов. В общем понимании корпоративная ответственность – это все действия компании, которые положительно влияют на общество [4, с. 67].

В более широком понимании под социальной ответственностью следует понимать ответственное отношение любой компании к своему продукту или услуге, потребителям, работникам, партнёрам, активную социальную позицию компании, которая заключается в гармоничном сосуществовании, взаимодействии и постоянном диалоге с обществом, участии в решении острых социальных проблем [5, с. 35].

Следовательно, на сегодня не существует единственного научного подхода к трактовке категории «социальная ответственность бизнеса».

Именно поэтому целесообразно, по нашему мнению, согласиться с научным подходом [6], в котором отмечается, что основополагающим принципом исследования феномена социальной ответственности должно быть понимание его как формы осмысления субъектом его общественной сущности и адекватной этому своей сознательной деятельности. В данном контексте социальную ответственность можно рассматривать в двух измерениях [6, с. 67].

1. Социальная ответственность как обязанность личности, менеджмента, организации, государственной структуры принимать решение и предпринимать действия, которые повышают уровень благосостояния, отвечают интересам как общества, компании, общины, так и каждого отдельного человека, что отображает этико-моральный аспект общественных отношений. Признание и принятие социальной ответственности является для организации добровольным и связано с желанием сделать вклад в развитие общества, к чему не обязывают ни экономические мотивы, ни юридические законы. Это действия, поступки и мероприятия филантропического устремления, которых никто не требует и которые не предоставляют организации ощутимой пользы или прибыли. В этом смысле социальная ответственность рассматривается как разновидность общественной, наряду с экономической и юридической.

2. Социальная ответственность как универсальная форма связи и взаимозависимости личности, государства и общества, их возможности оценить последствия своей деятельности для устойчивого общественного развития «отображает ценностно-правовой аспект общественных отношений. Актуализация этой идеи переносит ударение с ответственности человека перед обществом и государством на социальную ответственность государства перед обществом и человеком» [7, с. 9]. Социальная ответственность как оптимальный вариант взаимосогласованный интересов, прав и обязанностей общественных субъектов является своеобразным способом взаимного ограничения их действий относительно естественных, экономи-

ческих, социальных и культурных реалий. Таким образом, отношения между государством, бизнесом, обществом и личностью должны формироваться на основе взаимной ответственности. Это проявляется в принятии и сдерживании каждым из отмеченных субъектов конкретных обязательств относительно других, в частности относительно «ответственности государственных органов и должностных лиц за невыполнение их обязанностей перед обществом и личностью, ... а от каждого человека – исполнения своих обязанностей перед обществом и государством» [7, с. 9].

Обобщая вышеизложенные подходы, целесообразно, по нашему мнению, определить социальную ответственность бизнеса как процесс сознательной реализации комплекса мероприятий в различных сферах общественной жизни, направленных на получение социального и экологического эффектов.

Исходя из вышеупомянутого, социальная ответственность бизнеса является добровольной деятельностью предприятий частного и государственного секторов, направленной на соблюдение высоких стандартов хозяйственной деятельности, социальных стандартов и качества работы с персоналом, минимизацию вредного влияния на окружающую естественную среду с целью выравнивания имеющихся экономических и социальных диспропорций; создание партнёрских взаимоотношений между бизнесом, обществом и государством; улучшение результативности бизнеса в долгосрочном периоде [1].

В соответствии с европейской практикой, социальная ответственность бизнеса распространяется на семь основных направлений [1]:

- соблюдение прав человека;
- соблюдение требований законодательства;
- деловая и корпоративная этика;
- защита окружающей естественной среды;
- сотрудничество с заинтересованными сторонами: сотрудниками, потребителями, акционерами, обществом, субъектами ведения хозяйства;
- соблюдение международных норм поведения;
- прозрачность и подотчётность.

В Украине свыше 65 % компаний относят к социальной ответственности внедрение социальных программ, улучшение условий труда персонала, развитие персонала и его учёбу (63,2 %), благотворительную помощь обществу (56%), этичное отношение к покупателям (49,5 %) (табл. 1).

Таблица 1

Составляющие понятия «социальная ответственность бизнеса»

Формы проявления	%
Внедрение социальных программ улучшения условий труда собственного персонала	65,5
Учёба персонала	63,2
Благотворительная помощь	56,0
Применение в политике компании принципов этичного и ответственного отношения к потребителям	49,5
Участие в региональных программах развития	32,3
Реализация экологических программ	29,8
Политическое соблюдение прав акционеров	20,8
Открытое предоставление информации о компании	18,7

Источник: [8, с. 8].

Анализ практики соблюдения принципов социальной ответственности бизнеса позволил определить факторы, влияющие на эффективное функционирование механизма, в том числе в АПК.

1. Базовым условием социально ответственного бизнеса является реализация добросовестной деловой практики относительно основных групп стейкхолдеров. С одной стороны, такая практика предусматривает своевременное выполнение налоговых обязательств в полном объёме, что, непосредственно, влияет на формирование доходной части бюджета, финансирование государственных социальных программ. С другой – предусматривает прозрачность бизнес операций, в том числе раскрытие информации по финансовым и социальным вопросам и верификации соответствующей отчётности независимыми аудиторскими компаниями, что, в свою очередь, способствует постепенному снижению уровню теневой экономики в стране, преодолению бюджетного дефицита [9].

2. Одной из неотложных потребностей многих отраслей АПК является необходимость во внедрении новейших технологий, модернизации производственных мощностей.

Управление, построенное на принципах социальной ответственности, обеспечивает предприятию инновационную направленность развития. Процесс поиска путей гармонизации интересов владельцев относительно цены, качества, безопасности и экологии является непосредственным катализатором инноваций, в том числе и связанных с модернизацией производственных мощностей.

Следовательно, распространение практики реализации социальной ответственности на отечественных предприятиях АПК можно рассматривать как дополнительный рычаг стимулирования их инновационного развития.

В-третьих, развитие социальной ответственности отечественных производителей, являющихся ведущими предприятиями страны, поможет повысить авторитет государства на международном уровне. Это, в свою очередь, предусматривает положительное влияние и на инвестиционную привлекательность Украины [9].

В большинстве стран ЕС разработаны и функционируют государственные программы поддержки и стимулирования вышеупомянутых процессов, в которых государство определяет социально ответственное поведение для бизнеса, приобщает компании частного и государственного секторов к общему выполнению общественно важных заданий, стимулирует бизнес к социально ответственной деятельности [1].

Согласно данным табл. 2, в Украине снижение уровня налогообложения является наиболее весомым стимулом для реализации программ социальной ответственности бизнеса. Вторую и третью позиции в рейтинге стимулов занимают, соответственно, снижение административного давления и программы от органов местной власти.

Таблица 2

Потенциальные стимулы для программ социальной ответственности бизнеса

Стимул	Малые предприятия	Средние предприятия	Большие предприятия
Снижение налогов	73,3	80,2	73,5
Снижение административного давления	51,2	56,7	48,4
Предложение по реализации программ социальной ответственности	21,6	25,6	37,0
Расширение банка социальных и информационных программ	14,9	18,1	17,9
Освещение в СМИ	17,2	14,5	15,7
Более тесные связи с неприбыльными организациями	6,6	4,6	6,2

Источник: [8, с. 49].

В современном мире социально ответственная деятельность бизнеса является общепринятой традицией, которой придерживается значительное количество больших, средних и даже малых предприятий [1].

Развитие социальной ответственности бизнеса в Украине консолидируется вокруг международных организаций и проектов, в частности Представительства ООН в Украине, которое в 2006 году начало и поддерживает деятельность украинской сети Глобального договора ООН, охватывающей свыше 140 организаций.

В Украине большинство компаний (как больших, так и средних) не имеет определённой стратегии социальной ответственности и находится на этапе соблюдения законодательства и «точечных» благотворительных проектов. Лидеры украинского бизнеса, в частности, частной формы собственности, осуществляют активную благотворительную деятельность (стратегическую благотворительность) и используют инструментарий связей с общественностью (PR). Почти все большие компании проводят проекты повышения эффективности бизнес-процессов с определёнными социальными или экологическими преимуществами, однако большинство не делает привязки таких бизнес-проектов к собственной социальной ответственности [10].

Основным инструментарием механизма социальной ответственности в Украине является: внедрение систем управления СОБ, ввода социальной отчётности и верификации; организация партнёрств с группами влияния, что позволяет предприятиям приобщиться к решению определённых сложных социальных и экологических проблем благодаря объединению финансовых, человеческих и административных усилий на прозрачных и чётких условиях; разработка инновационных товаров и услуг, помогающих преодолеть конкретные социальные проблемы; адаптация международных проектов и стратегий к украинскому рынку [11, с. 16].

Основными факторами ведения отечественными предприятиями СОБ являются [12]: во-первых, позитивная репутация, как способ конкурентной борьбы для ТНК в Украине и компаний, осуществляющих международную деятельность; во-вторых, собственные убеждения; в-третьих, расширение рынков сбыта; в-четвертых, возможность доступа к дешёвым финансовым ресурсам, которые окажутся при оценке возможности получения относительно дешёвых кредитных ресурсов для развития бизнеса, особенно от международных финансовых институтов; в-пятых, повышение капитализации, что является следствием увеличения привлекательности предприятий перед инвесторами [11, с. 16].

Выводы. Следовательно, на современном этапе для активизации процессов в сфере социальной ответственности в Украине, в первую очередь, необходимо [10]:

- изменение общественного сознания относительно понимания содержания, значимости социальной ответственности для развития социально ориентированного государства, а среди самих предпринимателей – стратегического значения социально ответственной позиции для укрепления конкурентоспособности компаний на рынке и долгосрочного устойчивого развития;
- формирование законодательной базы, которая обеспечит заинтересованность бизнеса во внедрённые социальных программ, а также нормативно-правовых актов, которые стимулируют развитие социальной ответственности;
- создание партнёрской сети, в рамках которой участники получают широкие возможности для продвижения корпоративной репутации на региональном и макроэкономическом уровнях;
- внедрение методологических основ предоставления помощи в планировании и реализации конкретных социальных проектов и программ, реализации корпоративных систем социальной ответственности;
- создание банка данных социальных и экологических инициатив, в реализации которых могли бы участвовать государственные органы власти, общественные организации и предпринимательские структуры.

Литература

1. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf.
2. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.
3. Мазуренко В. П. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі / В. П. Мазуренко // Ефективна економіка. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199>.
4. Файдор М. Ответственность бизнеса / М. Файдор // Деловой мир. – 2008. – № 5. – С. 66–69.
5. Баффетт У. Эссе об инвестициях, корпоративных финансах и управлении компаниями / У. Баффетт. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 268 с.

6. Фурса М. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні: державно-управлінський аспект / М. Фурса // Ефективність державного управління. – 2012. – № 30. – С. 67–74.
7. Савченко І. Г. Інституційна відповідальність органів державної влади в умовах розбудови соціальної держави в Україні [Текст] : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. к. держ. упр. : спец. 25.00.01. – «Теорія та історія державного управління» / І. Г. Савченко. – Харків : ХарПІДУ НАДУ, 2007. – 15 с.
8. Звіт про стан соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf.
9. Хамідова А. Корпоративна соціальна відповідальність як фактор підвищення ефективності механізму державного регулювання економіки [Електронний ресурс] / А. Хамідова. – Режим доступу : <http://www.csjournal.com/news/2661-korporativna-socialna-vidpovidalnist-yak-faktor-pidvishhennya-efektivnosti-mexanizmu-derzhavnogo-regulyuvannya-ekonomiki.html>.
10. Соціальна відповідальність – основа філософії бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.svb.org.ua/reviews/sotsialna-vidpovidalnist-osnova-filosofii-biznesu>.
11. Воробей В. Соціальна відповідальність бізнесу. Українські реалії та перспективи [Інформаційно-аналітичний матеріал] / В. Воробей, І. Журовська. – К. : Проект СББ, 2012. – 56 с.
12. Ворона О. Практика реалізації соціальної відповідальності бізнесу в Європі та в Україні [Електронний ресурс] / О. Ворона. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/10_NPE_2010/Economics/62028.doc.htm.

Статья поступила в редакцию 1 июля 2014 г.



Микроэкономика

Николай МАТВИИВ

**ФОРМИРОВАНИЕ
КОНЦЕПЦИИ ГОСТЕПРИИМСТВА
В ИННОВАЦИОННОМ МАРКЕТИНГЕ
УСЛУГ РЕСТОРАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Резюме

Рассмотрена сущность концепции гостеприимства в инновационном маркетинге ресторанных предприятий. Концепция гостеприимства следует из концепции маркетинга взаимоотношений и имеет свою область применения, связанную с доброжелательным приемом и качественным обслуживанием гостей (клиентов) ресторанов, гостиниц, круизных лайнеров, казино, курортов, пансионатов, мотелей, хостелов и т. п. Охарактеризованы два современных направления развития сферы гостеприимства, а именно: гостеприимство в направлении обеспечения гостей жильем и удобствами (гостиничное хозяйство) и гостеприимство в направлении предоставления развлечений и питания (ресторанное хозяйство). Осуществлена классификация европейских национальных кухонь и рассмотрена молекулярная кухня, под которой понимают модную тенденцию в кулинарии, объединяющую различные блюда с необычными свойствами и комбинациями компонентов.

© Николай Матвиив, 2014.

Матвиив Николай, докт. экон. наук, профессор, Тернопольский национальный экономический университет, Украина.

Ключевые слова

Гостеприимство, европейские стандарты продуктов питания, инновационный маркетинг, маркетинг-микс ресторанных услуг, молекулярная кухня, ресторанное хозяйство.

Классификация по JEL: M31, L83.

Введение. Рестораны занимают важное место в экономиках многих стран. Доля ресторанов в общем обороте пищевых продуктов, по данным европейской статистики, составляет в среднем 57,8 %. В ресторанной индустрии в пределах Европы работает свыше 4 млн человек персонала, а прибыль отрасли составляет около 74 млрд евро. Это делает ресторанный бизнес все более привлекательным, и ежегодно конкуренция в отрасли усиливается. Соответственно возникают благоприятные условия для развития ресторанного хозяйства в Украине и особенно перспективным направлением становится развитие рынка европейских национальных кухонь. Важное значение приобретает изучение закономерностей и тенденций формирования рынка услуг, а также определение направлений развития предприятий ресторанного хозяйства на рынке европейских национальных кухонь как в Украине, так и за рубежом.

Несмотря на то, что рыночные отношения открывают для сферы ресторанного бизнеса новые возможности, в то же время они могут деформировать социальные функции ответственности бизнеса в стране. Однако вопросам инновационного маркетинга, с учетом аспектов гостеприимства, уделяется недостаточно внимания. В статье показано, что инновационный маркетинг открывает новые возможности для гармонизации социально-экономической функции ресторанного бизнеса и консолидации ресурсов общества.

Анализ исследований и публикаций. Большой вклад в развитие теории инновационного маркетинга и решения проблемных вопросов услуг ресторанных предприятий сделали такие зарубежные ученые, как Ф. Котлер, К. Келлер, Дж. Боуэн, Дж. Майкенз, Дж. Уокер, Э. Статлер, Д. Мейер, Д. Пастернак и Э. Фло, а также отечественные ученые, такие как

Андрущенко Г. И., Гарбар Г. А., Дурович А. П., Краснокутская Н. В., Русавская В. А., Михайлова Н. В., Шинкарь С. Н., Пятницкая Г. Т., Архипов В. В., Воронин И. Н., Головач В. В., Граковский Ю. П., Давыдова О. Ю., Иванова Л. Е., Ижевский В. В., Клементьева А. Ю., Ковальчук А. К., Левченко М. М., Лисица Т. С., Михайлова Н. В., Пятницкий Г. Т., Петрова И. А., Попова А. С. и др.

Целью статьи является определение тенденций формирования концепции гостеприимства на рынке европейских национальных кухонь, а также изучение перспектив инновационного развития предприятий ресторанного хозяйства Украины.

Изложение основного материала. Гостеприимство является неотъемлемой составляющей жизни и общения у большинства славянских народов. Концепцию гостеприимства следует рассматривать в неразрывной связи с понятием «гость», поскольку оно является ключевым в маркетинговой деятельности предприятий ресторанного хозяйства.

Г. А. Гарбар отмечает, что понятие «гость» встречается в истории Киевской Руси и часто отождествляется со словом «купец», поскольку гостем называли купца-торговца, который посещает различные земли. Впервые термины «гость» и «купец» упомянуты в договорах князей Олега и Игоря. В сфере гостеприимства мы можем отождествить гостя с потребителем или клиентом, который рассчитывает на теплый прием и готов заплатить за него больше, чем за другие выгоды [8, с. 44].

Концепцию гостеприимства можно считать составляющей концепции холистического маркетинга, впервые сформулированной в работе Ф. Котлера и К. Келлера. В процессе исследования ученые изучают холистический подход как результат синтеза четырех маркетинговых концепций:

- интегрированного маркетинга – стратегии, направленной на унификацию различных маркетинговых методов, таких как массовый маркетинг, персональный маркетинг и директмаркетинг. Его целью является дополнение и усиление маркетингового воздействия каждого метода, а также использование полученных рыночных данных в разработке продукта, ценообразовании, формировании каналов распределения и т. п.;
- внутреннего маркетинга – управленческой концепции продвижения предприятия и его политики работникам как внутренним потребителям организации. Он содержит такие положения, как усвоение работниками ключевых ценностей организации, улучшение отношений внутри коллектива, повышение степени самоидентификации работников как членов организации;

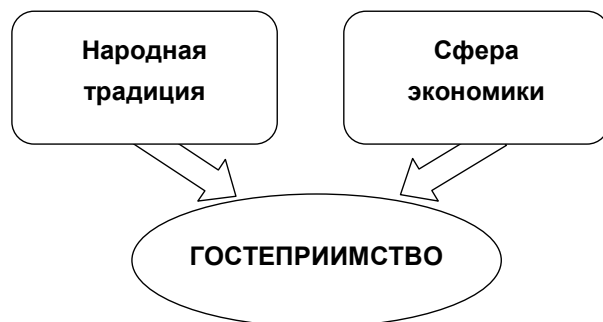
- маркетинга взаимоотношений – концепции, направленной на развитие доверительных долгосрочных взаимоотношений с широким кругом потребителей и управления ими. Управление происходит на основе формирования базы данных с профилями покупателей, их потребительскими предпочтениями и историей контактов с предприятием и разделения покупателей на группы по определенным ключевым признакам для более полного удовлетворения их потребностей и поддержания отношений;
- социально-ответственного маркетинга – концепции, основанной на положении о том, что деятельность предприятия по определению требований и потребностей целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности эффективными способами должна сопровождаться одновременным сохранением и укреплением благополучия потребителя и общества в целом [22, с. 101].

Концепция гостеприимства следует из концепции маркетинга взаимоотношений и имеет свою область применения, связанную с доброжелательным приемом и качественным обслуживанием гостей (клиентов) ресторанов, гостиниц, круизных лайнеров, казино, курортов, пансионатов, мотелей, хостелов и т. п. Гостеприимство можно рассматривать в двух направлениях (см. рис. 1).

Гостеприимство как народная традиция стало основой развития отдельной сферы экономики – индустрии гостеприимства, поэтому для изучения гостеприимства в разрезе маркетинговой деятельности предприятий ресторанного хозяйства необходимо исследовать социальную природу данного явления.

Рисунок 1

Направления изучения концепции гостеприимства



В. В. Жаворонок изучал вопрос гостеприимства на примере славянских народов. В своем словаре-справочнике он цитирует известных древних философов и приводит пример императора Маврикия, который в VI ст. писал: «Славяне сердечны к чужакам, принимают их у себя и дружно проводят их с места на место, куда им надо. А когда из-за нерадивости хозяина случится гостю какая-либо кривда, то против такого хозяина вооружается его сосед, ибо кривда для чужака – это бесчестье для всех » [1, с. 45]. Ибн Русте, арабский писатель и географ конца IX – начала X ст., написал «Книгу драгоценных сокровищ». В ней он отмечает, что русы (народ, проживавший на территории Киевской Руси) уважают иностранцев и ласково с ними обращаются, а когда гости прибегают под их опеку, защищают их от всяких происшествий. На данный момент сохранился лишь седьмой том [3, с. 215]. Немецкий историк и монах Гельмольд в начале XII ст. в своей работе «Славянская хроника» утверждал, что «нет народа приветливее славян с их гостеприимством». Принимая во внимание высказывания упомянутых писателей и философов, ученый трактует гостеприимство как:

- народную традицию с любовью и уважением принимать и угощать гостей;
- готовность, желание принимать гостей и угощать их;
- саму церемонию радушного приема у кого-либо [2, с. 15].

В. А. Русавская определила гостеприимство в разных аспектах. На данном этапе нас интересует прежде всего гостеприимство как процесс приема гостя. В данном аспекте, по мнению автора, гостеприимство – это прежде всего своеобразный ритуал, стандартная устойчивая последовательность действий, выполняемая с помощью целого ряда «опознавательных знаков». Этот ритуал является не только формальностью, но и действием, ценность и значение которого воспринимаются как реальные и имеют неоспоримый смысл для индивида, который его осуществляет [10, с. 8].

Г. И. Андрущенко отмечает, что обычай гостеприимства зародился в эпоху доклассовой формации. Этот обычай был единственным средством укрепления и развития торговли и социально-экономических связей между территориально разъединенными народами. Гостеприимство является таким специфическим человеческим моральным качеством, которое существует у всех народов с древних времен в разных формах проявления и характеризуется разной степенью развитости, в зависимости от экономического уклада жизни людей. Оно являлось не только одним из средств неформального общения людей, но и формой защиты человека, который требует убежища, тепла и заботы, проявлением доверия, сочувствия, сопереживания, милосердия, понимания и согласия [5, с. 7–12].

В контексте данного исследования нас интересует гостеприимство как сфера экономики и основа деятельности субъектов сферы услуг.

Ф. Котлер, Дж. Боуэн и Дж. Майкенз определяют гостеприимство с позиций потребителя и утверждают, что в данном контексте гостеприимство – это обеспечение посетителей ощущениями, связанными с нужностью, особенностью собственной персоны, возникающие как результат любезности, компетентности и внимательности персонала в процессе предоставления услуги [23, с. 91].

Е. Статлер высказывает мнение о том, что гостеприимство – это деятельность, связанная с обеспечением базовых потребностей клиентов относительно жилья, питания и отдыха, таким образом, чтобы были удовлетворены самые высокие запросы. Автор утверждает, что концепция гостеприимства должна отражаться не только в действиях персонала относительно гостей, но и руководителей относительно персонала. Он также отмечает, что при данном подходе весь комплекс маркетинга должен быть ориентирован на обеспечение максимального качества услуг при адекватной ценовой политике [4, с. 39].

Согласно словарю Н. Уэбстера, гостеприимство – это сфера предпринимательства, которая состоит из видов обслуживания, основанных на принципах гостеприимного поведения, и характеризующихся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям, а также комплексное понятие различных видов деятельности, направленных на качественный прием и обслуживание гостей [25, с. 1].

А. П. Дурович определяет гостеприимство как сектор сферы услуг, который стремительно развивается и имеет целью удовлетворение потребностей клиентов гостиниц, ресторанов, других заведений общественного отдыха и установление с ними дружеских отношений на долгосрочных принципах. Автор отмечает, что долгосрочные отношения с клиентами в сфере гостеприимства очень важны, поскольку они стоят для предприятия гораздо дешевле, чем меры, направленные на привлечение новых клиентов. В случае, если гость остался недоволен, повторное завоевание его внимания потребует в двадцать пять раз больше усилий, чем установление с ним доверительных отношений на постоянной основе [13, с. 119].

Другой украинский ученый, В. В. Архипов, отмечает, что гостеприимство – это [6, с. 106]:

- система мероприятий, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих разнообразные бытовые и хозяйственные запросы гостей, сервис;
- особый характер взаимоотношений гостя и хозяина (заведения сферы гостеприимства), характеризующихся высокой душевностью и гарантирующих клиенту определенный уровень безопасности и комфорта;

- социально сформированное свойство специфической деятельности по обслуживанию личности, являющееся стержнем сферы гостеприимства.

И. Н. Воронин считает, что гостеприимство начинается на этапе выбора места расположения отеля и не заканчивается на уровне фразы: «Счастливого пути, будем рады видеть вас в следующий раз». Гостеприимство всегда остается с главным потребителем – гостем [7, с. 46].

Классическим считается определение Американской ассоциации маркетинга, которая под гостеприимством понимает прием гостей, клиентов, государственных служащих, работников и VIP-персон в определенном учреждении и предоставление им перечня услуг, связанных с парковкой, питанием, проживанием и другими возможными мероприятиями [21, с. 1].

Для сравнения различных видений концепции гостеприимства разными авторами построим таблицу 1.

Таблица 1

Концепция гостеприимства в трудах ученых

Направления изучения гостеприимства	Ученые	Определения гостеприимства
I. Гостеприимство с точки зрения традиции	В. В. Жайворонок	Гостеприимство – это народная традиция с любовью и уважением принимать и угощать гостей. Гостеприимство – это готовность, желание принимать гостей и угощать их. Гостеприимство – это церемония гостеприимного приема кого-либо.
	В. А. Русавская	Гостеприимство – это ритуал, стандартная стойкая последовательность действий, выполняемая с помощью целого ряда «опознавательных знаков».
	Г. И. Андрущенко	Гостеприимство – это форма защиты человека, нуждающегося в убежище, тепле и заботе, проявление доверия, сочувствия, сопереживания, милосердия, понимания и согласия.

Направления изучения гостеприимства	Ученые	Определения гостеприимства
II. Гостеприимство с экономической точки зрения	Ф. Котлер, Дж. Майкенз	Гостеприимство – это обеспечение посетителей ощущениями, связанными с нужностью, особенностью собственной персоны, возникающими как результат любезности, компетентности и внимательности персонала в процессе оказания услуги.
	Э. Статлер	Гостеприимство – это деятельность, связанная с удовлетворением базовых потребностей клиентов в жилье, питания и отдыхе, таким образом, чтобы были удовлетворены самые высокие запросы.
	Н. Уэбстер	Гостеприимство – это сфера предпринимательства, состоящая из видов обслуживания, основанных на принципах гостеприимного поведения и характеризующихся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям.
	Я. М. Сало	Гостеприимство – комплексное понятие различных видов деятельности, направленных на качественный прием и обслуживание гостей.
	А. П. Дурович	Гостеприимство – это сектор сферы услуг, который стремительно развивается и имеет целью удовлетворение потребностей клиентов гостиниц, ресторанов, других заведений общественного отдыха и установление с ними дружеских отношений на долгосрочных принципах.
	Г. А. Гарбар	Гостеприимство – система мероприятий, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих разнообразные бытовые и хозяйственные запросы гостей, сервис.

Направления изучения гостеприимства	Ученые	Определения гостеприимства
		Гостеприимство – это особый характер взаимоотношений гостя и хозяина (заведения сферы гостеприимства), характеризующихся высокой душевностью и гарантирующих клиенту определенный уровень безопасности и комфорта. Гостеприимство – это социально сформированное свойство специфической деятельности по обслуживанию личности, являющееся стержнем сферы гостеприимства.
	Американская ассоциация маркетинга	Гостеприимство – это прием гостей, клиентов, государственных служащих, работников и VIP-персон в определенном учреждении и предоставление им перечня услуг, связанных с парковкой, питанием, проживанием и другими возможными мероприятиями.

Согласно данным таблицы, можно утверждать, что концепция гостеприимства прошла большой эволюционный путь и претерпела существенные качественные изменения, превратившись в современном обществе в одну из важнейших составляющих социокультурного сервиса.

Гостеприимство возникло еще во времена существования племен и первоначально развивалось как форма доброжелательных отношений между не связанными между собой народами и социальными группами, а затем переросло в основу деятельности многих субъектов экономики, которые работают в большой и быстроразвивающейся сфере – сфере гостеприимства. Значение термина не претерпело существенных изменений, поскольку его и в современном обществе понимают как искренний, дружелюбный прием гостей, предоставление им жилья и угощения. Со стремительным развитием мировой экономики и увеличением доли сферы услуг в мировом хозяйстве гостеприимство стали рассматривать как концепцию, а предприятия, избравшие гостеприимство ориентиром своей деятельности, выделились в отдельную сферу – индустрию гостеприимства.

Учитывая вышесказанное, можно выделить два современных направления развития сферы гостеприимства [11, с. 202]:

- гостеприимство в направлении обеспечения гостей жильем и удобствами (гостиничное хозяйство);
- гостеприимство в направлении предоставления развлечений и питания (ресторанное хозяйство).

В контексте данного исследования нас интересует второе направление.

Результаты исследования трудов ученых, которые в течение длительного периода времени изучали гостеприимство как социальное свойство и сферу экономики, позволяют нам обобщить взгляды авторов и предложить собственное определение концепции.

Итак, концепцию гостеприимства нужно определить как систему взглядов, направленную на определение и обобщение правил и ритуалов доброжелательного приема гостей (клиентов) ресторанов, гостиниц и других заведений, связанных с питанием, проживанием гостей и предоставлением сопутствующих услуг, в результате соблюдения которых клиент получает удовлетворение не только базовых потребностей, но и потребностей высшего уровня. Чем выше уровень развития общества и больше удовлетворены базовые потребности людей, тем концепция гостеприимства становится более актуальной как в повседневной жизни, так и в бизнесе. Итак, гостеприимство в разрезе экономики на современном этапе становится индикатором уровня жизни населения.

Чтобы исследовать факторы развития рынка европейских национальных кухонь в Украине, необходимо прежде всего выяснить характерные черты европейской кухни и ее составляющих, то есть национальных кухонь европейских стран.

Европейская кухня (западная, или континентальная кухня) – комплексная категория, которая означает совокупность кухонь стран Европы и учитывает влияние национальных кухонь Северной Америки, Австралоазии, Океании и Латинской Америки на кухни европейских стран. Кухни европейских стран имеют ряд особенностей, в зависимости от региона, условий жизни, культурных традиций и предпочтений людей, проживающих на территории определенной страны, однако общей чертой всех кухонь является европейское материковое происхождение (рис. 2).

Все европейские кухни разделяют на четыре группы – восточноевропейскую, северноевропейскую, южноевропейскую и западноевропейскую. Для определения сущности рынка национальных европейских кухонь необходимо исследовать понятие ресторанного хозяйства.

Рисунок 2

Классификация европейских национальных кухонь

Восточноевропейская кухня	<ul style="list-style-type: none"> • Азербайджанская кухня, белорусская кухня, болгарская кухня, армянская кухня, грузинская кухня, молдавская кухня, польская кухня, русская кухня (с учетом татарской кухни), румынская кухня, словацкая кухня, словенская кухня, венгерская кухня, украинская кухня (с учетом крымскотатарской кухни), чешская кухня.
Северноевропейская кухня	<ul style="list-style-type: none"> • Британская кухня (охватывает английскую кухню, англоиндийскую кухню, шотландскую кухню, валлийскую кухню), датская кухня, эстонская кухня, исландская кухня, ирландская кухня, латвийская кухня, литовская кухня, норвежская кухня, финская кухня, шведская кухня.
Южноевропейская кухня	<ul style="list-style-type: none"> • Албанская кухня, боснийская кухня, гибралтарская кухня, греческая кухня (в том числе грекомакедонская кухня), испанская кухня (охватывает андалусийскую кухню, астурийскую кухню, аргонежскую кухню, балеарскую кухню, галисийскую кухню, эстремадурскую кухню, кухню басков, валенсийскую кухню, канарийскую кухню, кантабрианскую кухню, кастилийско-ламанчильскую кухню, каталонскую кухню, леонезскую кухню), итальянская кухня (охватывает венецийскую кухню, неаполитанскую кухню, кухню Сардинии, сицилийскую кухню, тосканскую кухню, кипрскую кухню), македонская кухня, мальтийская кухня, португальская кухня, сербская кухня, турецкая кухня, хорватская кухня, черногорская кухня.
Западноевропейская кухня	<ul style="list-style-type: none"> • Австрийская кухня, бельгийская кухня, нидерландская кухня, французская кухня, немецкая кухня, кухня Лихтенштейна, кухня Люксембурга, швейцарская кухня.

Несмотря на различия, общей чертой европейской кухни является большое количество мясных и овощных блюд, а также вторичная роль специй и соусов при их приготовлении. Причиной этого является стремление европейских народов к сохранению натуральности и истинного вкуса компонентов. Еще одной характерной чертой является большое количество блюд с использованием пшеничной муки [15, с. 101].

По государственным стандартам Украины (ДСТУ), общественное питание – это вид экономической деятельности субъектов хозяйственной деятельности в части предоставления услуг по удовлетворению потребностей потребителей в питании с организацией досуга или без него [16, с. 129].

Соответственно ресторан (франц. «restorantes» – укрепительный, восстановительный) – это заведение ресторанного хозяйства с разнообразным ассортиментом продукции собственного производства и покупных товаров, высоким уровнем обслуживания и комфорта в сочетании с организацией отдыха и досуга потребителей [17, с. 114].

Рынок европейских национальных кухонь в Украине – это совокупность субъектов ресторанного хозяйства, которые предоставляют клиентам услуги, связанные с питанием и организацией досуга. В основе продуктовой политики данных учреждений лежит приготовление блюд с учетом особенностей национальных кухонь европейских стран.

Путем усовершенствования товара, предлагаемого в меню, являются пищевые инновации. Понятие «инновация» впервые ввел Й. Шумпетер, и в буквальном переводе оно означает «воплощение научного открытия, технического изобретения в новой технологии или новом виде изделия» [9, с. 12].

Термин «инновация» (с англ. – Innovation) означает новое научно-техническое достижение, нововведение как результат внедрения новизны, но в XIX ст. его использовали культурологи и оно означало «внедрение некоторых элементов одной культуры в другую».

Определение термина «инновация» является достаточно противоречивым, поэтому основные теории определения инноваций целесообразно представить в таблице (см. табл. 2).

Согласно международным стандартам, утвержденным в Осло в 1992 году, инновации – конечный результат инновационной деятельности, отраженный в виде новых или усовершенствованных продуктов, внедренных на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо нового подхода к социальным услугам [14, с. 79].

Инновации в сфере питания рассматриваются прежде всего как основа развития пищевой промышленности. Большинство исследователей понимают инновации в пищевой промышленности как результат исследова-

ний и разработок в виде новых или улучшенных продуктов питания, новых технологий и систем технологического оснащения, новых форм организации и управления различными сферами отрасли [12, с. 7]. Инновации в сфере питания должны быть приоритетным направлением инновационной деятельности предприятий ресторанного хозяйства.

Таблица 2

Научные подходы к определению инноваций

Автор	Определение
Х. Барнет	Инновация – это любая качественно новая идея.
В. Томпсон	Инновация – это новая идея, процесс, продукты и услуги.
П. Друкер	Инновация – это прежде всего экономическое или социальное понятие; социальные инновации являются более сложными в применении, чем технические.
Й. Шумпетер	Инновация – это изменение с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных и транспортных средств, рынков и форм организации в производстве.
М. Портер	Инновация – это возможность получения конкурентных преимуществ. Инновации проявляются в новом дизайне продукта, в новом процессе производства, в новом подходе к маркетингу, в новой методике повышения квалификации работников.
К. Фримен	Инновация – это техническая, дизайнерская, производственная, управленческая деятельность, изготовление новых товаров, первое коммерческое использование новых процессов или оборудования.
Б. Санто	Инновация – это такой общественно-техничко-экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим качествам изделий, технологий и приносит доход (в случае, когда инновация ориентирована на экономическую выгоду), ее появление на рынке может принести дополнительный доход.
Ф. Никсон	Инновация – это совокупность технических, производственных и коммерческих мероприятий, приводящих к появлению на рынке новых и улучшенных промышленных процессов и оборудования.

Согласно данным таблицы 2, следует сделать вывод, что не существует единой трактовки инноваций. Одни ученые рассматривают инновации как материальную вещь и результат инновационной деятельности (новый товар или услуга), другие считают, что инновации не имеют овеществленной формы и отражают изменения в организации того или иного вида деятельности, возможности получения конкурентных преимуществ или совокупность определенных мер, которые приводят к изменениям. Существует также взгляд на инновации как на динамическую категорию. В этом случае инновации определяют и рассматривают как процесс.

Итак, инновации нужно трактовать как комплексную категорию, экономическое и социальное понятие, охватывающее новую идею или новый подход к процессу организации производства и сбыта, который раньше не использовался, а также деятельность, направленную на изготовление новых товаров, лучше удовлетворяющих имеющиеся потребности потребителей или потребности, которые ранее не осознавались, а также на коммерческое использование новых процессов. Следствием внедрения инноваций является повышение уровня прибыли, снижения затрат и себестоимости продукции либо выход компании и ее потребителей или общества в целом на принципиально новый уровень развития.

Термин «пищевая инновация» в ресторанном хозяйстве не получил широкого применения среди украинских и зарубежных ученых. И если в мире уже сформировалась тенденция к внедрению инноваций в сфере гостеприимства, то в Украине распространен традиционный подход к ведению ресторанного бизнеса. Для лучшего понимания рассмотрим понятие «пищевая инновация» в разрезе комплекса маркетинга предприятия ресторанного хозяйства (см. рис. 3).

На рисунке 3 комплекс маркетинга представлен обобщенно, поэтому существует необходимость детализации такого элемента, как товар (продукт) ресторанного предприятия. Основными товарами в ресторане являются еда и напитки. Для каждого заведения пища играет определяющую роль, поскольку часто ее себестоимость может существенно отличаться от цены, предложенной в меню. Такую добавочную стоимость создает кухонный персонал, который должен виртуозно владеть различными техниками приготовления пищи и, кроме того, выступать в роли дизайнера и художника. Вид блюд играет решающую роль, поскольку часто клиент заказывает блюдо «такое, как понесли за вон тот столик». Кроме того, пища должна соответствовать стилю заведения как по тематике, так и по оформлению.

Путем усовершенствования товара, предлагаемого в меню, являются пищевые инновации.

Рисунок 3

Маркетинг-микс ресторана



Пищевая инновация в контексте ресторанного бизнеса – это создание и последующее предложение потребителям ресторана пищи и напитков, которые являются принципиально новыми либо качеством и вкусовые характеристики которых существенно отличаются от предыдущих. Основная цель таких инноваций – создание новых вкусов и новых способов представления блюд [19, с. 25].

Для достижения этой цели можно выделить три направления деятельности:

- разработка новой рецептуры блюд и напитков и усовершенствование их внешнего вида [20, с. 24];
- изменения в технологии приготовления пищи [24, с. 10];
- усовершенствование организации и распределения обязанностей среди кухонного и обслуживающего персонала [18, с. 20].

Все эти направления деятельности взаимосвязаны, поскольку для приготовления новых блюд, сопровождающихся изменением рецептуры, возникает потребность в новых разработках и в использовании новой техники. Соответственно для этого необходимо нанять новый компетентный персонал – как для исследования новых свойств продукции, так и для работы со специфическими кухонными принадлежностями.

Ярким примером таких инноваций являются рестораны, специализирующиеся на смешанных типах кухни (латиноамериканская, азиатская, европейско-китайская и т. п.) или сочетающие ингредиенты, которые раньше никогда не сочетались. В основе данной инновации лежит известная в мире подотрасль кулинарной науки – «молекулярная гастрономия» (англ. – *Molecular gastronomy*).

Кулинарная наука – это прикладная наука о пище, которую Международный институт пищевых технологий (IFT) определяет как дисциплину, в которой инженерия, биология и физика используются для изучения природы пищевых продуктов, их вкусовых качеств и причин порчи [24, с. 6].

Под молекулярной гастрономией (молекулярной кухней) понимают модную тенденцию в кулинарии, означающую различные блюда с необычными свойствами и комбинациями компонентов. Она изучает механизмы, ответственные за преобразование ингредиентов во время приготовления пищи, а также социальные, художественные и технические компоненты, кулинарные и гастрономические явления в целом с научной точки зрения. Результатом использования такого подхода и являются пищевые инновации в виде новых блюд и напитков. Достижениями молекулярной гастрономии, которые вошли в историю, являются блюда, названные в честь их изобретателей-кулинаров (см. табл. 3).

Молекулярный подход к формированию ресторанного продукта является вполне оправданным, несмотря на постоянный рост конкуренции в области и поиск новых подходов для привлечения новых клиентов в рестораны.

Еще одним приоритетным направлением инноваций в украинском ресторанном бизнесе является приспособление ресторанной пищи к европейским стандартам. Источником таких стандартов является Постановление Европейского парламента и Совета ЕС № 178/2002, утверждающее общие принципы и требования пищевого законодательства. Данное законодательство направлено на обеспечение качества продуктов пищевой промышленности, учитывая ту продукцию, которую предлагают рестораны и другие заведения общественного питания в странах ЕС. Стандарты направлены на повышение качества продуктов питания, являющихся основой существования ресторанного бизнеса, за счет уменьшения содержания вредных веществ в продуктах.

Таблица 3

Достижения молекулярной гастрономии, вошедшие в историю

Достижения молекулярной гастрономии	Описание
Воклен (Vauquelin)	Десерт, основными ингредиентами которого являются клюквенный или апельсиновый сок и яйца (особенностью этого блюда является то, что в процессе его приготовления были обнаружены вяжущие свойства сока).
Гиббс (Gibbs)	Десерт, состоящий из яичного белка, перемешанного с сахаром, и стручков ванили, готовится в микроволновой печи с добавлением оливкового масла.
Баум (Baume)	Блюдо, готовящееся из яйца, которое должно находиться в спирте в течение месяца для свертывания белка и желтка.

Источник: [24, с. 4].

Приведем перечень основных стандартов, которые действуют в отношении продуктов питания в Европе и используются в деятельности ресторанов.

- ✓ Продукты не должны быть размещены на рынке, если они опасны.
- ✓ Продукты считаются опасными, если они являются вредными для здоровья или непригодными для потребления человеком.
- ✓ При определении того, являются ли продукты безопасными в соответствии с европейскими стандартами, нужно учитывать:
 - условия хранения, производства, распределения и потребления продукта;
 - информацию, предоставленную потребителю, в том числе информацию на этикетке, и другую обычно доступную информацию во избежание специфического вреда для здоровья, вытекающего из отдельных продуктов или категории продуктов.
- ✓ При определении того, вредна ли пища для здоровья, нужно учитывать:
 - не только возможное кратко- или долгосрочное влияние продукции на здоровье непосредственного потребителя, но и влияние на здоровье будущих поколений;

- потенциальные токсические эффекты кумулятивного характера;
- особенности здоровья специфической категории потребителей, для которой предназначен продукт.
- ✓ При определении того, является ли пища непригодной для потребления человеком, нужно учитывать такие признаки, как возможное загрязнение продукта, попадание в его состав вредных веществ, а также гниение и порчу продукта.
- ✓ Если в партии продуктов питания найден опасный продукт, все продукты данной партии считаются опасными и подлежат продаже только тогда, когда все продукты подробно проверены на безопасность [23, с. 10].

В ресторанном бизнесе соблюдение данных стандартов является обязательным на каждом этапе, начиная от приема продуктов и полуфабрикатов на склад ресторана и заканчивая особенностями потребления товара. Блюда и напитки, которые подают в ресторане, должны быть полностью безопасными для здоровья гостей. Для предложения клиентам ресторана качественной пищи, отвечающей всем требованиям европейского сообщества, на стадии производства следует использовать:

- сырье, на которое имеются документы, подтверждающие его качество и безопасность (ветеринарные свидетельства, сертификаты качества и т. п.);
- сырье, сроки годности которого позволяют хранить его в течение нескольких дней;
- сырье, которое не имеет дефектов и является чистым.

В процессе приготовления пищи должны использоваться только высококачественные продукты. Поскольку речь идет о европейских национальных кухнях, то стоит заметить, что национальные блюда всех стран должны быть изготовлены с использованием местных ингредиентов страны, на кухне которой специализируется ресторан. В данном смысле, местные продукты – это продукты, происходящие из стран, где определенная кухня является национальной. Поскольку мы рассматриваем европейские национальные кухни, то для примера возьмем французскую. Типичным блюдом французской кухни является луковый суп (*soupe a l'oignon*). Для его приготовления необходимы такие ингредиенты, как желтый лук, кулинарный херес, сыры грюер, эмменталь, моцарелла и другие. Французским суп может называться только тогда, когда все его составляющие имеют французское происхождение.

Распределение пищи в ресторане – это процесс перемещения блюд и напитков от поваров до клиентов. В данном аспекте требуется использование чистой, нехрупкой посуды и столовых приборов, изготовленных из

безопасных для человека материалов. Безопасное потребление блюд в ресторанах создается за счет обеспечения гостей необходимыми принадлежностями и правильно составленного меню, исключающего ингредиенты, которые могут в комбинации либо самостоятельно быть опасными для потребителя.

Выводы. В результате исследования выявлено, что гостеприимство заложено в человеческую культуру еще с древних времен, когда оно было традицией с уважением и искренностью принимать путника (гостя), но, претерпев существенные качественные изменения, стало основой для формирования отрасли, получившей название «сфера гостеприимства». Одной из составляющих этой быстро развивающейся сферы является ресторанный бизнес, а в связи с процессами глобализации и популяризацией туристических услуг особое значение приобретает рынок европейских национальных кухонь в Украине. Среди факторов, которые наибольшим образом влияют на развитие данного рынка, – экономические, демографические, социально-культурные, природные, научно-технические и политико-правовые.

Инновации необходимо трактовать как комплексную категорию, экономическое и социальное понятие, охватывающее новую идею или новый подход к процессу организации производства и сбыта, который ранее не использовался, а также деятельность, направленную на изготовление новых товаров, которые лучше удовлетворяют имеющиеся потребности потребителей или ранее не осознанные потребности, а также на коммерческое использование новых процессов.

Термин «пищевая инновация» в ресторанном бизнесе – это создание и последующее предложение потребителям пищи и напитков, которые являются принципиально новыми либо качество и вкусовые характеристики которых существенно отличаются от предыдущих. Основную цель таких инноваций мы видим в создании новых вкусов и новых способов представления блюд.

Литература

1. Актуальні проблеми розвитку харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі [Текст] : тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. молодих учених і студ., 25 квіт. 2012 р. : у 4 ч. / [редкол.: О. І. Черевко та ін.] ; Харк. облдержадмін., Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. – Х. : ХДУХТ, 2012. Ч. 1 : Секції 1–6. – 2012. – 152 с.
2. Актуальні проблеми розвитку харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі [Текст] : тези доп. всеукр. наук.-практ.

- конф. молодих учених і студ., 25 квіт. 2012 р. : у 4 ч. / [редкол.: О. І. Черевко та ін.] ; Харк. облдержадмін., Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. – Х. : ХДУХТ, 2012. Ч. 2 : Секції 7–16. – 2012. – 134 с.
3. Актуальні проблеми та перспективи розвитку туристичного і готельно-ресторанного бізнесу в Запорізькому регіоні [Текст] : монографія / [М. В. Белікова та ін. ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої] ; Запоріж. нац. техн. ун-т. – Запоріжжя : ЛІПС, 2012. – 399 с.
 4. Актуальні проблеми харчової промисловості та ресторанного господарства. Сучасні питання підготовки кадрів [Текст] : матеріали I Всеукр. наук.-практ. конф., 12–13 квіт. 2012 р., м. Луганськ / Держ. закл. «Луган. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка», Ін-т торгівлі, обслуговуючих технологій і туризму, Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі, Укр. інж.-пед. акад. ; [голов. ред. Д. П. Крамаренко]. – Луганськ : ДЗ «ЛНУ ім. Тараса Шевченка», 2012. – 221 с.
 5. Андрущенко Г. І. Гостинність як одна із перших форм прояву людської довіри // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. – 2011. – № 52. – 245 с.
 6. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства : навч. посіб. / В. В. Архіпов. – 2-ге вид. – К. : ЦУЛ, 2010. – 280 с.
 7. Воронин И. Н. Организация ресторанного бизнеса [Текст] : учеб. пособие / И. Н. Воронин ; Тавр. нац. ун-т им. В. И. Вернадского, Севастоп. экон.-гуманит. ин-т, каф. туризма. – 2-е изд. – Симф. : Ариал, 2012. – 191 с.
 8. Гарбар Г. А. Гостинність в соціокультурній сфері туризму як головний предмет філософського аналізу // Гілея. – 2011. – № 9. – 360 с.
 9. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. – К. : КНЕУ, 2008. – 504 с.
 10. Русавська В. А. Гостинність в українській побутовій культурі XIX ст.: автореф. – К., 2007. – 19 с.
 11. Сало Я. М. Організація обслуговування населення на підприємствах ресторанного сервісу. Ресторанна справа [Текст] : навч. посіб. / Ярослав Миколайович Сало. – 2-ге вид., допов. – Л. : Афіша, 2011. – 404 с.
 12. Сборник технологических карт на блюда и кулинарные изделия для заведений ресторанного хозяйства [Текст] / [авт.-сост. А. М. Беляева]. – 2-е изд., испр. – К. : А. С. К. : Игнатекс-Украина, 2012. – 1247 с.
 13. Скрипко Т. О. Менеджмент готельно-ресторанного господарства [Текст] : навч. посіб. / Скрипко Т. О., Ланда О. О. ; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. – Л. : Вид-во Львів. комерц. акад., 2012. – 299 с.

14. Смирнов И. Г. Логистика в ресторанном бизнесе [Текст] / И. Г. Смирнов // Логистика: проблемы и решения. – 2009. – Ноябрь–декабрь (№ 6). – С. 79.
15. Ткачова С. С. Особливості конкуренції в ресторанному бізнесі / С. С. Ткачова // Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. – 2011. – № 15. – 312 с.
16. Топольник В. Г. Управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл., які навчаються за напрямом підготов. «Готельно-ресторанна справа» / В. Г. Топольник ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. орг. та упр. якістю ресторан. госп-ва. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – 391 с.
17. Торговля та готельно-ресторанний бізнес: інноваційний розвиток в умовах глобалізації [Текст] : тези доп. Всеукр. наук.-практ. конф., у 2 ч. / [редкол.: О. І. Черевко (відп. ред.) та ін.] ; Голов. упр. освіти і науки Харк. облдержадмін. [та ін.]. – Х. : ХДУХТ, 2012. Ч. 1. – 2012. – 278 с.
18. Трайно В. М. Маркетингове управління споживачами послуг підприємств ресторанного господарства [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Трайно Вікторія Миколаївна ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі». – Полтава, 2012. – 20 с.
19. Gadomska O. Formation of the market of European cuisine in Ukraine: abstracts of papers of VI International Conference for Young Scientists and Students [«Innovational Processes of Economic, Social and Cultural Development: Domestic and Foreign Experiences»]. – 225 p.
20. Regulation (ec) of the european parliament and of the council: no 178/2002. – Official Journal of the European Communities, 2002. – 24 p.
21. Extreme Innovation How the World's Best Restaurant Stays on Top [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://unclutteredwhitespaces.com/2010/09/innovation/Html>.
22. Kotler P., Keller K. Marketing Management, 14/E. – New Jersey : Prentice Hall, 2012. – 815 p.
23. Kotler P., Bowen J., Makens J. Marketing for Hospitality & Tourism, 5/E. – New Jersey : Prentice Hall, 2010. – 720 p.
24. Molecular Gastronomy [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://en.wikipedia.org/wiki/Molecular_gastronomy.
25. Webster New International Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.merriam-webster.com/dictionary/hospitality>.



Микроэкономика

Елена КАРАСЬ

**ТАРГЕТИНГ – ОДИН ИЗ ВИДОВ
СТРАТЕГИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ**

Резюме

Раскрыто понятие таргетинга. Охарактеризован круг задач, решаемых таргетингом. Предложено применение таргетинга как одного из средств Интернет-рекламы.

Ключевые слова

Таргетинг, реклама, сегментация, маркетинг, целевой рынок.

Классификация по JEL: M31, M32.

Актуальность темы. Выбор фирмой эффективных средств рекламы зависит от умения руководителей своевременно учитывать тенденции характерны для развития современного рынка. Основные из них – повышение значения качества продукции, удовлетворение запросов потребителей, не-

© Елена Карась, 2014.

Карась Елена, канд. экон. наук, Тернопольский национальный экономический университет, Украина.

обходимость построения устойчивых взаимоотношений с ними; умение мыслить глобально; повышение значения маркетинговых услуг и т. п. С помощью стратегического направления рекламы – таргетинга – руководители предприятий получают необходимую информацию о потребителях, ценах, конкурентах, емкости рынка. Таргетинг также помогает понять, каким образом предприятие должно организовывать процесс реализации продукции, товаров или услуг, как следует проводить кампанию по их продвижению на рынок, строить стратегию рекламы, формировать спрос в условиях конкурентного давления со стороны других компаний, которые функционируют на том же рынке.

Среди ученых, посвятивших научные исследования развитию таргетинга для разработки и реализации медиа-стратегии, – А. Ализар, А. Бородкин, С. Вард, К. Чистов.

Цель и задачи исследования. Целью является раскрытие теоретических основ понятия таргетинга и обоснование направлений развития таргетинга как стратегического вида рекламы.

Изложение основного материала. Интернет-реклама – это во многом универсальное средство продвижения товаров и услуг, использование которого не только выгодно в экономическом плане, но и весьма результативно. Делая ставку на проведение рекламных акций в глобальной сети, рекламодатели могут без существенных затрат и усилий выполнить ряд задач, реализация которых более традиционными средствами отняла бы куда больше средств и времени. Это во многом объясняется тем, что глобальная сеть является очень перспективной и быстро развивающейся платформой для рекламного бизнеса, на которой постоянно вводятся новые технологии, инструменты и методики для увеличения эффективности рекламных кампаний. В совокупности освоение этих новаторских средств дает возможность рекламодателям привлекать на свои ресурсы исключительно потенциальных клиентов, добиваясь большей эффективности рекламы при меньших затратах.

Основным способом увеличения конверсии любого ресурса является привлечение на его страницы как можно большего количества заинтересованных целевых посетителей. Учитывая немалые размеры Интернет-аудитории, логично, что наибольшие результаты приносит и рекламная кампания, которая изначально нацелена только на определенную часть, состоящую из пользователей, заинтересованных в данном обращении и имеющих возможность заказать, купить, получить товар или услугу. Нацеливание такой рекламы на потенциальных клиентов поможет не только в кратчайшие сроки достичь высоких результатов, но и сделать это с минимальными затратами.

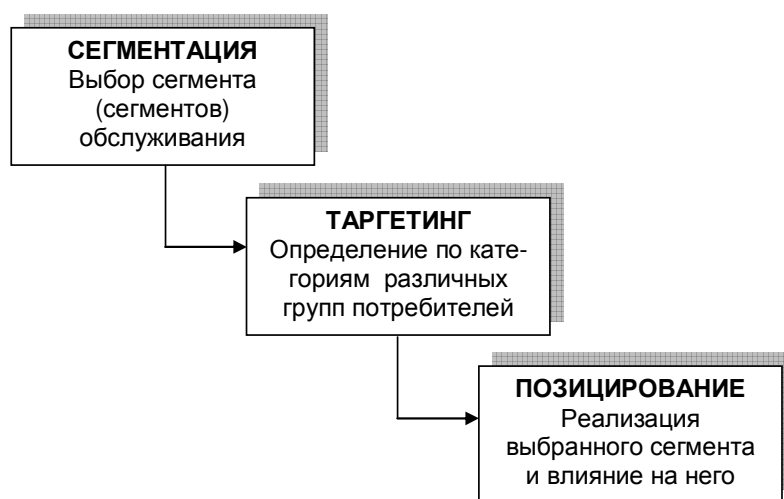
Разновидность рекламы, позволяющая выделять целевых посетителей, соответствующих заданным критериям, из общей аудитории, называ-

ется таргетингом. На данный момент именно таргетинг является основным способом увеличения эффективности рекламной кампании, использование которого является незаменимым элементом продвижения любого товара или услуги в сети.

Таргетинг – это совокупность схмотехнических и дизайнерских решений, позволяющих из всей имеющейся аудитории сайта выделить только ту часть, которая удовлетворяет заранее заданным критериям, т. е. целевую аудиторию, и ориентироваться при показе рекламы именно на нее [14]. Иными словами, таргетинг – вид Интернет-рекламы, который помогает снизить затраты рекламодателя на привлечение к рекламируемому объекту целевой аудитории. Суть его заключается в выделении из числа посетителей сайта группы лиц, удовлетворяющих некоторым заранее определенным условиям, то есть сегментирование из числа посетителей сайта группы людей, которые удовлетворяют некоторым заранее определенным условиям. Соответственно, эти условия и формируют вышеуказанные типы таргетинга. При использовании таргетинга рекламные материалы, выбранные для показов данной программы, показываются только тем посетителям, которые соответствуют заранее заданным критериям (рис. 1).

Рисунок 1

Влияние таргетинговой рекламы



Значение таргетирования как эффективного инструментария маркетинговой деятельности объясняется следующими ее особенностями:

- сегментация является высокоэффективным средством конкурентной борьбы, поскольку она ориентируется на выявление и удовлетворение специфических потребностей потребителей;
- она ориентирует деятельность фирмы на определенную рыночную нишу, особенно это актуально для фирм, которые только начинают свою рыночную деятельность;
- рыночная сегментация помогает обоснованно определить маркетинговые направления фирмы;
- с помощью сегментации появляется возможность установить реалистичные маркетинговые цели;
- удачная сегментация рынка влияет на эффективность рекламы в целом, начиная с исследования рынка и потребителей к формированию соответствующей системы сбыта и продвижения.

В теории маркетинга возникло понятие STP-маркетинга. Оно образовано от сокращения первых букв английских слов *segmenting* (сегментация), *targeting* (выбор целевого рынка) и *positioning* (позиционирование). STP-маркетинг является сердцевиной современного стратегического маркетинга [13].

Процесс STP-маркетинга охватывает три основные стадии, вытекающие из его названия (рис. 2).

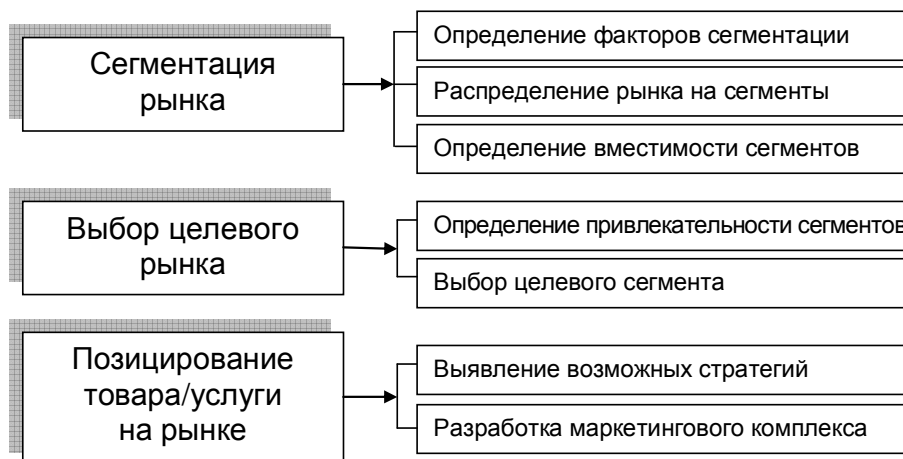
1. Сегментация рынка – этап выделения отдельных групп потребителей в пределах общего рынка. Сегмент рынка состоит из потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга. Выбрав конкретный сегмент, фирма должна определить для себя, как проникнуть на него и получить конкурентные преимущества. Перед этим нужно исследовать позиции всех имеющихся на рынке конкурентов и определить свое место на рынке.

Сегментация рынка – это деление потребителей на группы на основе разницы в потребностях, характеристиках или поведении и разработки для каждой из групп отдельного комплекса маркетинга. Конечная цель сегментирования целевого рынка – выбор сегмента (или сегментов) потребителей, на удовлетворение потребностей которого будет ориентирована деятельность фирмы [4].

Отмечая важную роль позиционирования в маркетинге, и в товарной политике в частности, П. Диксон подчеркивает, что эффективное позиционирование способно сделать предпринимателя миллионером, а среднего менеджера – руководителем высшего звена [6].

Рисунок 2

Стадии STP-маркетинга



2. Выбор целевых рынков. Среди выделенных сегментов рынка выбираются целевые сегменты, то есть те, на которые фирма должна ориентировать свою деятельность.

3. Позиционирование – определение места товара фирмы среди товаров-аналогов.

Единого мнения относительно срока «позиционирования» не существует, однако Э. Райс и Д. Траут [5], впервые внедрившие в теорию и практику маркетинга этот термин, уверены в необходимости ментального подхода и дали следующее определение данному понятию: «разработка и создание имиджа товара таким образом, чтобы он занял в сознании потребителей достойное место, отличающееся от позиции товаров-конкурентов».

Самый простой и наиболее популярный вид таргетинга осуществляется путем простого подбора рекламных площадок так, чтобы их аудитория соответствовала целевой по своим интересам, возрасту, месту жительства и т. д.

Рекламные сети обычно также предоставляют возможность применения таргетинга по рекламным площадкам, географии, времени показа (утро или вечер, будни или выходные).

Таргетинговая реклама действует избирательно и отображается посетителям Интернет-страницы, сфера интересов которых потенциально

совпадает / пересекается с тематикой рекламируемого товара или услуги, целевой аудитории, что повышает вероятность их отклика на рекламу.

Уникальную возможность таргетинга предоставляют поисковые машины, поскольку к ним обращается посетитель с уже сформулированной потребностью (запросом). Контекстная реклама на поисковых машинах показывается пользователю в зависимости от словосочетаний, содержащихся в его поисковом запросе. Такая реклама достаточно эффективна, потому что воспринимается человеком не как досадная помеха, а как дополнительная информация по запрошенной им теме.

Для определения соответствия рекламного материала на странице Интернет-сайта обычно используется принцип ключевых слов. Теги ориентируются и на поисковые системы. Поэтому такая реклама с большей вероятностью будет продемонстрирована потребителю, который использует сеть Интернет для поиска интересующих его товаров или услуг.

Почти все поисковые машины в сети Интернет используют системы таргетинговой рекламы для получения прибыли (например, рекламная сеть Google AdWords является источником прибыли компании Google). Такие системы рекламы позволяют размещать рекламу как на страницах с результатами поиска по определенным ключевым словам, так и на сайтах, которые установили блоки контекстной рекламы на своих страницах [11]

Существует целый ряд видов таргетинга, отличающихся друг от друга принципами разделения аудитории на сегменты по определенным характеристикам. Использование каждого из них может быть весьма результативно в каждом конкретном случае. Здесь важно учитывать особенности своих предложений и целевой аудитории, на которую они рассчитаны.

Список основных видов таргетинга можно свести к следующим:

Поведенческий таргетинг – для сегментирования берутся основные интересы, предпочтения, вкусы пользователей, которые отслеживаются с помощью cookie-файлов. Таким образом, создается нечто вроде профиля, портрета пользователя, который дает полное представление о его вкусах, занятиях, хобби, интересных ему предметах. По мнению многих экспертов, это перспективное направление таргетинга в настоящее время [1]. Особенно эффективно поведенческий таргетинг работает для рекламы потребительской электроники и компьютерных товаров. Как оказалось, две трети покупателей покупают эти товары как минимум раз в месяц, и именно Интернет-реклама оказывает особое влияние на формирование их потребительских интенций.

Сегодня в Украине лидирующие позиции на рынке персонализированной рекламы занимают adware-компании, размещающие рекламные баннеры в программы, но в ближайшие годы эксперты обещают лидерство большим порталам и сайтам, внедряющим поведенческие технологии [9].

Большинство рекламных компаний, занимающихся Интернет-продвижением, уже сегодня освоили перспективную новинку. Именно поэтому среди представленных на украинском рынке Интернет-рекламы медиа-компаний предоставлять услуги с использованием технологии «поведенческого таргетинга» могут единицы. И даже эти компании являются не сугубо украинскими, а лишь частями крупных международных Интернет-холдингов. На сегодня в Украине представлены только две такие компании – это ООО «Бегун-Украина» (www.begun.ua) и ООО «Яндекс» (www.yandex.ua), что являются дочерними компаниями соответствующих медиа-гигантов [7].

По данным JupiterResearch, 78 % покупателей потребительской электроники и 77 % тех, кто приобрел компьютерные товары, делали это под влиянием Интернет-рекламы. 67 % покупателей потребительской электроники и компьютерной техники замечают в Сети рекламу с использованием поведенческого таргетинга, а почти три четверти отметили, что они более восприимчивы к рекламе с поведенческим таргетингом, чем к контекстной рекламе. По данным Франко Герстенберга, вице-президента Revenue Science, американские продавцы потребительской электроники тратят на онлайн-рекламу своей продукции 1,1 млрд дол. Данные нового доклада позволят им оптимизировать расходы, добиваясь большей эффективности своей рекламы [8].

Геоповеденческий таргетинг – для выявления интересов и привычек клиентов, когда используются данные о его местоположении и перемещениях, наиболее часто посещаемых местах и заведениях, что в дальнейшем учитывается при нацеливании рекламных материалов [2].

Географический таргетинг задает географический охват посетителей, на которых нацелена рекламная кампания (страны мира, города, регионы). Географический таргетинг – один из самых распространенных видов этой рекламной технологии. При его использовании рекламодатель выбирает ряд географических областей (стран, регионов одной страны, городов), жителям которых и показывается реклама.

Временной таргетинг: таргетинг по времени осуществляется по местному времени посетителя страницы, которое определяется на основании данных географической базы, исходя из IP-адреса посетителя. Таргетинг по времени задается отдельно для каждого дня недели. Возможен временной таргетинг по дням недели и месяца. Временной таргетинг позволяет ограничить показ рекламы по времени в течение одного дня. Настройка на часы и дни недели, в которые должен показываться баннер, является важной настройкой, которая позволяет охватить целевую аудиторию, исходя из расчета того времени, когда ее типичный представитель находится в Интернете.

По провайдерам посетителей: указывает провайдеров Интернет-услуг, чьи пользователи увидят рекламу. Данный вид таргетинга осуществ-

ляется на основании групп IP-адресов, принадлежащих тем или иным Интернет-провайдерам.

По типу подключения: задает тип подключения тех пользователей, на которых нацелена реклама: подключение по модему или выделенная линия.

По типам организаций: отмечает категории пользователей, которым адресована реклама (банки, офисы, университеты и т. д.). Отдельным случаем является показ рекламы сайтам в зависимости от обозначения домена.

По частоте показа баннеров уникальным пользователям данная форма таргетинга позволяет ограничивать количество показов одного и того же баннера уникальному посетителю страниц. Рекламодатель должен иметь возможность ограничивать количество показов в день, в неделю, в месяц.

Под тематическим таргетингом имеется в виду, что при регистрации сайта в баннерной сети участники указывают его тематику. Реже это делает сам рекламодатель.

По сайтам: то есть разрешение либо запрет показа рекламы тем или иным сайтам. Представляет собой более совершенный вариант тематического таргетинга.

Языковой таргетинг позволяет указать, следует ли показывать рекламу на иностранных сайтах. Например, на англоязычным.

По типам браузеров и операционных систем – предполагается, что рекламу увидят только посетители с определенным типом браузера и операционной системы.

Психологический таргетинг – при демонстрации рекламных материалов используются данные о психологических характеристиках пользователей (психотип, социотип) [10].

MSB (Matrix Shop Behaviours) – одна из последних разработок, суть которой сводится к тому, что на основе данных и особенностей двусторонних контактов менеджеров клиента с заказчиками формируется нечто вроде поведенческой матрицы, применимой к данной конкретной бизнес-модели и учитывающей все ее особенности [12].

С помощью таргетинговой рекламы можно влиять и на узкий сегмент целевой аудитории, размещать релевантную пользователю рекламу даже на страницах без коммерческого контента (от англ. Content – содержание), постоянно поддерживая интересы потребителя, формировать у него отложенный спрос, строить длительные рекламные кампании, имея известную и изученную целевую аудиторию, отвечая ее социальным ожиданиям, стилю жизни и уровню дохода [3].

Вывод. В то время как общее падение эффективности рекламы и нехватка рекламных площадей неизбежны (и Интернет не является здесь исключением), с уверенностью можно сказать, что рост медиа-технологий и инвестиций в разработку новых подходов к маркетинговому продвижению и в дальнейшем будет способствовать интенсивному развитию не только Интернет-, но и «оффлайн-рекламы». Решение об использовании данных инструментов лежит полностью на самом рекламодателе. Для увеличения результативности рекламной кампании можно остановиться на одном варианте или работать сразу с несколькими видами таргетинга. При разумном подходе к использованию всех имеющихся средств последний вариант позволит существенно увеличить точность таргетирования и тем самым повысить конверсию ресурса.

Однако следует отметить, что настройки таргетинга – это, по сути, основные инструменты, позволяющие быстро увеличить результативность рекламных акций. Кроме того, данное средство в наше время является практически незаменимым.

Литература

1. Ализар А. Поведенческий таргетинг: назад в будущее. Вебпланета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : webplanet.ru/news/advert/2007/8/30/behaviorism.html.
2. Бородкин А. Поведенческий таргетинг: изображая жертву. Тельнюз [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://telnews.ru/theme/13053/>
3. Богданов Б. Воздушные шарики в рекламе [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://telnews.ru/column/13061/>
4. Бутенко Н. В. Маркетинг : підручник. – К. : Атака, 2008. – 300 с.
5. Траут Дж., Райс Э. Позиционирование. Битва за узнаваемость. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : lux.e-reading-lib.org/.../Traut_-_Pozicionirovanie._Bitva_za_uznavaemost.
6. Диксон П. Р. Управление маркетингом : пер. с англ. – М. : БИНОМ, 2007.
7. Пасічник Д. Ю., Діброва Т. Г., Поведінковий таргетинг – новий підхід до реклами в мережі інтернет. – Національний технічний університет України «КПІ», Актуальні проблеми економіки та управління [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://probl-economy.kpi.ua/ru/node/74>.
8. Поведінковий таргетинг змушує купувати [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.iliadabeachhotel-corfu.com/index.php/marketingova-informatsiya/ogljadi/2803-povedinkovij-targeting-zmushue-kupuvati>.

9. Поведенческая реклама наиболее эффективна для решения задач, связанных с отложенным спросом. МедиаРеволюция [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mediarevolution.ru/advertiser/scripts/288.html>.
10. Чистов К. «Оценка по поведению» Технологии таргетинга сегодня и завтра // Интернет-Форум. – 2007. – 21 бер. – С. 43–55.
11. Market targeting options [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.learnmarketing.net/targeting.htm>.
12. Oriah Akir, Md. Nor Othman Consumers' Shopping Behaviour Pattern on Selected Consumer Goods: Empirical Evidence on Malaysian Consumers Journal of Business & Policy Research. – Volume 5. – Number 1. – July 2010. – Pp. 123–157.
13. STP [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.segmentationstudyguide.com/stp-process/what-is-the-stp-process/>
14. Susan Ward. Small Business: Canada Expert Target Marketing [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sbinfocanada.about.com/od/marketing/g/targetmarketing.htm>.

Статья поступила в редакцию 29 августа 2014 г.



НАШИ АВТОРЫ

**Булатова
Елена**

докт. экон. наук, профессор,
Мариупольский государственный университет,
Украина

**Геец
Валерий**

докт. экон. наук, профессор,
академик НАН Украины,
Институт экономики и прогнозирования НАН Украины

**Джонсон
Р. Бойд**

доктор, профессор,
Уолденский университет,
США

**Карась
Елена**

канд. экон. наук,
Тернопольский национальный экономический университет,
Украина

**Куриляк
Евгений**

Тернопольский национальный экономический университет,
Украина

**Матвиив
Николай**

докт. экон. наук, профессор,
Тернопольский национальный экономический университет,
Украина

**Резник
Надежда**

докт. экон. наук, профессор,
Киевский международный университет,
Украина