

9. Кузь Т. Стратегічний розвиток машинобудування в Україні / Т. Кузь // Галицький економічний вісник. — 2011. — №1(30). — С.35-43

10. Баргашевська Ю.М. Розвиток машинобудування України: стан, проблеми, перспективи / Ю.М. Баргашевська // Європейський вектор економічного розвитку. — 2010. - №1. — С.19-25.

**Анотація.** Стаття посвячена аналізу функціонування машинобудівного комплексу України, определены основные проблемы, которые сдерживают развитие предприятий машиностроительной отрасли и предложены пути их решения.

**Ключевые слова:** машиностроительный комплекс Украины, машиностроительные предприятия, развитие.

**Summary.** The article is devoted to the analysis of functioning of machine-building complex of Ukraine, basic problems are definite, restrain ktorie development of enterprises of machine-building industry and are offered to the way of their decision.

**Keywords:** machine-building complex of Ukraine, machine-building enterprises, development.

11. Малащук Д.В. Конкуентоспроможність машинобудівного комплексу України в умовах глобалізації світових ринків: Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.05.01 „Світове господарство і міжнародні економічні відносини” / Д.В. Малащук; Укр. акад. зовніш. торгівлі. — К., 2005. — 24 с.

*Рецензент д.е.н., професор УкрДАЗТ Компанієць В.В.*

*Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Токмакова І.В.*

УДК 339:316.722[114:115]

## КРЕАТИВНИЙ АСПЕКТ ПОСТЕКОНОМІКИ В ПРОСТОРОВО-ЧАСОВИХ ВИМІРАХ СУЧАСНОСТІ

*Домбровський О.Г., к.е.н., заст. директора (ІСЕМВ НАН України)*

*В статті розкрито та узагальнено існуючі підходи, принципи до визначення креативного аспекту інформаційної економіки в контексті нових просторово-часових характеристик «надсимволічних» смислів. Узагальнено віртуальне та реальне, що, дозволило створити новий смисловий простір в галузі віртуального хронотопу.*

**Ключові слова:** інформаційна економіка, смисловий простір, просторово-часовий вимір, соціум.

**Постановка проблеми.** Теоретико-економічні дослідження інфосоціуму носять не лише соціальний, але й економіко-антропологічний вимір, який реалізується у взаємодії трьох основних трансформативних аспектів сучасної економіки, серед яких – комунікативний, когнітивний та креативний. Витоки комунікативного аспекту економіки лежать в сутності інформації як ключового поняття інфосоціуму

Комунікації, які реалізуються за допомогою інформаційних технологій, стають практично невичерпним ресурсом економіки. Зауважимо, що початково комунікації здійснювалися за допомогою ринків, які несли в собі й інформаційну функцію. Ринки самі були своєрідною інформаційною мережею, яка формувала міжнародну економіку. Проте з переходом від міжнародної економіки до глобальної та з появою інформаційно-комунікативних технологій функції ринків змінюються. Інформаційна функція ринку, яка вважалася однією з головних, «все більшою мірою девальвується, її перебирає на себе система

інформаційних мереж – глобальне електронне середовище (networked economy).

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Проблемі комунікативного аспекту економіки, який реалізується за допомогою інформаційних технологій, присвячено роботи П. Друкера, М. Кастельса, В. В. Ляха, А. С. Гальчинського, Т. Еріксена, В. Меськова, В. Іноземцева та ін. Певний внесок у вирішення загальної проблеми зроблено також у наукових працях В. Пазенка, А. Мамченка, Г. Почепцова, А. Маслова, Е. Тоффлера.

**Невирішені раніше частини загальної проблеми.** До теперішнього часу в економічній науці не знайшов системного висвітлення концепт креативності, оскільки сучасна економіка ґрунтується на знанні та інноваціях. Важливим моментом сучасного економічного буття є його над символічність, що утворює нові світові економічні стандарти.

**Формулювання завдань та цілей статті.**

Метою статті є розкриття та узагальнення існуючих підходів та принципів до визначення креативного аспекту інформаційної економіки в контексті нових

просторово-часових характеристик «надсимволічних» смислів, узагальнення віртуального та реального, що, у підсумку, сприймає створенню нового смислового простору в цій галузі віртуального хронотопу.

**Виклад основного матеріалу.** Сьогодні формується нове інформаційно-комунікативне середовище, економіка якого розкривається через *комунікативні* взаємодії усередині нього. Слід зазначити, що ці комунікативні взаємодії утворюють сучасний символічний інформаційний універсум, інтеракції всередині якого формують той простір смислів, ідей, значень, які не тільки утворюють найактуальніші світоглядні й наукові картини світу, але й впливають на образ суспільства, проявляючись у специфічному різновиді хронотопу – *віртуальному*.

Якщо поняття «ахронії» привело нас до передумов становлення сучасного економічного хронотопу, існуючи до стандартизації економічного часу, то віртуальний хронотоп інформаційного суспільства має аналогічну своєрідну особливість, тому цей інваріант хронотопу можна назвати «хронотоп-атопія». Адже найважливіше у ньому є долання простору, акцентування й зростання динаміки часу, а, разом із тим – постійний вплив на ці взаємодії когнітивного аспекту. Адже «концепт інформаційного суспільства фіксує розуміння того, що спільна когнітивна діяльність людської спільноти стає основним доступним ресурсом, за рахунок якого буде відбуватися розвиток людства, так як усі інші ресурси планети, на відміну від когнітивних, кінцеві» [12, с. 58].

Не менш важливим контекстом економіки інфосоціуму є *когнітивний*: це виражається у двох аспектах. По-перше, відбувається перехід до економіки знань, по-друге, констатується виникнення особливих сфери застосування когнітивних ресурсів і концепцій у так званій *когнітивній економіці*. Вона фактично об'єднує одразу дві фундаментальні особливості сучасної економічної епохи, до яких слід віднести, по-перше, зростання ролі інтелектуального капіталу в умовах сучасності, по-друге – роль управління, яка переоцінюється сучасними економістами. Як заявляють Н. Абдікеев та А. Аверкін, «предметом когнітивної економіки є вивчення процесів оцінки, вибору і прийняття рішень людиною в економічній діяльності й пояснення природи еволюції організацій і соціальних інститутів в умовах структурної невизначеності» [1]. Поява такого суто практичного економічного напрямку, зосередженого на дослідженні економічної раціональності в її антропологічному вимірі, свідчить про антропоцентризм нових економічних систем. «Не власне інформація, а людина в її системному визначенні не формально, а реально стає ядром виробничої системи, її найціннішим ресурсом» [3, с. 504], - заявляє А. Гальчинський.

Разом із тим, і знання стає особливим ресурсом сучасного соціуму. Ще теоретик

постіндустріального суспільства Д. Белл констатував, що кожне суспільство існувало на основі знання, проте тільки науково-технологічні трансформації другої половини ХХ століття здійснили поворот до інтелектуальної технології як ключового фактору суспільного розвитку [2]. Те ж саме виявив П. Друкер, заявивши, що «традиційні фактори виробництва – природні ресурси, робоча сила і капітал – не зникли, але набули другорядного значення. Ці ресурси можна отримати, до того ж без особливих складнощів, якщо наявні необхідні знання [6, с.81]». Інформація та знання стають капіталом, а ефективність економіки визначається ефективністю управління цими ресурсами.

«Економіка знань» має деякі основні особливості, визначені В. Л. Макаровим наступним чином: «Перша – дискретність знання як продукту. Конкретне знання або створене, або ні. Не може бути знання наполовину або на третину. Друга особливість полягає у тому, що знання, подібно до інших суспільних (публічних) благ, будучи створеними, *доступні* всім без винятку. І, нарешті, третя особливість знання: за своєю природою це *інформаційний продукт*, а інформація після того, як її спожили, не зникне, як звичайний матеріальний продукт» [10]. Таким чином, економіка знань має справу не тільки з новими інформаційними ресурсами, але й з новою якістю економічного життя.

В останні десятиліття найважливішою складовою сучасної інформаційної економіки стає *креативна*. Це пов'язано з тим, що знаннева спрямованість економічних процесів, пов'язана з роллю інновацій, а, відповідно, й новацій, формує новий образ сучасної економіки, в якій креативний клас створює нову часопросторову її визначеність (тому що новатор, який здатний створювати новації, впливає на формування економічних ареалів та на трансформацію уявлень про вільний і робочий час).

Вимога креативності розкривається через усвідомлення того, що «нова економіка може працювати лише в умовах постійної креативності переважної більшості працівників. Адже вона ґрунтується на знанні, на інноваціях. Але це знання є специфічним, воно не є сумою певних даних чи інформації, а надає потужного імпульсу для продукування нового знання» [7, с. 64]. Креативність постіндустріальної економіки за своїм змістовним наповненням заперечує й унеможливорює тотальну стандартизацію праці й виробництва, які стали ознакою і наслідком індустріальної ери.

Таким чином, нова економіка – це економіка, яка ґрунтується на знаннях і творчості, а комунікації є основним механізмом її функціонування й способом створення її глобального виміру. Адже сьогодні «міжнародна економіка» фактично підійшла до завершення – не міжнародний обмін чи міжнародні комунікації відіграють основну роль в економіці. *Глобальність* визначає її «мегатренди».

Глобальність не тільки створює новий тип економіки, вона несе в собі й загрози, яких ніхто не очікує – оскільки йдеться про нові явища, з якими досі ніхто не мав справи. «Глобальна трансформація, що відбувається, не тільки звільняє скованого до пори віртуального джина, але й водночас плекає химеричного неокримінального Голема, який стрімко зростає й набуває ваги» [5, с. 50], - зазначає О. Неклесса. Створюються нові структури впливу і влади, які були невідомі досі. Часто ці структури виходять далеко за межі звичних й не піддаються ні управлінню, ні силовим впливам. Прикладом цього є описана М. Кастельсом культура хакерів, яка «відіграє вирішальну роль у побудові Інтернету з двох причин: завдяки співробітництву й вільному спілкуванню вона є, безперечно, поживним середовищем для переломних технологічних інновацій. Також вона поєднує знання, породжені технометричною культурою, з побічними підприємницькими утвореннями, які й поширюють Інтернет у всьому суспільстві» [8, с. 38-39].

При цьому, подібні культурні феномени породжуються самими інформаційними технологіями. Поява останніх змінює обличчя економіки, хоча, слід зазначити, що не самі технології є причиною даних процесів. Як вказує М. Кастельс, «інформаційні технології не є причиною тих змін, які ми зараз переживаємо. У той же час за відсутності нових інформаційних і комунікаційних технологій ніщо з того, що змінює наше життя, не було б можливим. Уся сфера людської діяльності базується на владі інформації та технологічних інновацій, швидкість появи яких зростає кожного місяця [9, с. 84]. Це означає, що інформаційні технології – не більш, ніж новий спосіб кодування інформації.

Важливими є не інформаційні технології, а та інформаційна реальність, яку вони створюють. Задля народження, розповсюдження й ретрансляції інформації така реальність є лише специфічним способом продукування й поширення інформаційних потоків. Найважливіше, що вона має власну особливу онтологію. Описати цю онтологію можна, врахувавши, що хронотопи можуть діяти у трьох просторах – фізичному, інформаційному та віртуальному. При цьому, усі ці три простори можуть піддаватися власному типові конструювання.

Співвідношення інформаційного, фізичного та віртуального простору визначені Г. Почепцовим наступним чином: «Якщо фізичний простір просто стоїть перед нашими очима, то інформаційний простір базується на обробці цієї інформації, тобто тут існує певна аналогія. Але у випадку віртуального простору ми маємо справу не з простим відображенням, а з мета-правилами, тому саме тут працює релігія, ідеологія чи відбувається створення художньої реальності» [13, с. 178].

Можливе й управління соціальними системами на основі маніпулювання інваріантами

подібних «просторів». Той же дослідник показує ці можливості на основі таких прикладів видавання об'єктів одного простору за об'єкти іншого: «фізичні об'єкти видаються за віртуальні: коли випадкова ситуація починає розглядатися як системна, прикладом чого слугує початок першої світової війни, коли один постріл зміг стати сильнішим за будь-яку канонаду; віртуальні об'єкти видаються за фізичні: коли постановочний напад мовби польських військових став приводом для початку другої світової війни» [13, с. 178].

Таким чином, інформаційний простір по суті об'єднує простір фізичний і віртуальний, при цьому другий виступає «паралельним світом» по відношенню до першого саме за рахунок переходів обох в простір інформаційний. Таким чином, в інформаційному світі формується віртуальна економіка, яка початково складається «як «друга економіка», що відтворює у відображених формах процеси і відношення, які мають місце в реальному секторі. Однак надалі вона перетворюється з «другою» на «першу», визначаючи глобальне домінування фінансово-спекулятивного капіталу над капіталом виробничої сфери. Основу віртуальної економіки утворює могутній конкур круговороту транснаціонального капіталу, фактично відокремленого від реального сектору» [11].

Слід зазначити, що інструменти віртуального простору є відомими й довгостроковими – наприклад, релігія, мистецтво, література і т. п. Інформаційний же простір – це простір продукування інформаційних потоків, в якому фізична реальність втрачає ту вагу, яку вона мала до взаємодії з інформаційними потоками.

Отже, у віртуальному просторі будь-яка матеріальна реальність в його межах нівелюється до ролі інваріанту того чи іншого інформаційного потоку. Наприклад, свого змісту й реального наповнення позбавляються гроші. Співвідношення грошей і знання, яке в них міститься, прослідковує Е. Тоффлер: гроші доіндустріальної економіки (Першої хвилі) позбавлені будь-якого знання, оскільки вони не лише матеріальні, а й «дописемні» - цінність залежить від їхньої ваги, а не від слів, які на них карбовані. Гроші індустріального періоду (Другої хвилі) – це папір, й цінність залежить від того, що на цьому папері надруковано. «Гроші символічні, але до них все ще можна доторкнутися [14, с. 92]. Натомість, постіндустріальні гроші (гроші Третьої хвилі) – надсимволічні, вони є чистою інформацією, тобто підґрунтям знання, адже по суті являють собою електронні імпульси. Вони «швидкоплинні, миттєво передаються від однієї особи до іншої, їх можна контролювати через комп'ютерний монітор» [14, с. 92]. Таким чином, гроші в інформаційну епоху стають *надсимволічними*,

За свідченням А. Неклесси, гроші перетворюються на «тип особливої, енергійної й

агресивної *фінансової інформації*» [5, с. 47], внаслідок чого відбувається небувале масштабне накопичення грошової маси, яка фактично жодним чином не співвідноситься з продуктивністю, виробництвом і т.п. «Метаморфоза грошової сфери у велетенській віртуальний континент, у свою чергу, сприяла розвитку в її надрах цілого сімейства витончених фінансових практик. За формою – більш-менш легальних операцій та ініціатив, однак по суті таких, що все виразніше розходяться із потребами реальної економіки, руйнують її смислове поле, паразитують на результатах конструктивної діяльності людини» [5, с. 49].

Фінансова інформація – це не дані, і не знання. Останні відрізняються достовірністю й перевірюваністю. Тобто вони мають раціональні основи й претендують на істинність, або, принаймні, на правдивість. У той час як інформація в умовах сучасної медійної культури є спекулятивною, а її цінність забезпечується кількістю людей, які включені в те чи інше інформаційне поле.

Отже, фінансова інформація часто буває спекулятивною і симулятивною. Як стверджує В. Максименко, «визначальна риса сучасної духовної ситуації – (само) примушення до роботи з фікціями, які постійно продукуються глобальною субкультурою вже тому, що сама вона з точки зору фізичної, економічної і політичної географії (тобто реальних умов відтворення життєдіяльності людей в певних, територіально розмежованих просторах біосфери) є повністю фіктивною. У цьому сенсі вона протистоїть усім культурам минулого і майбутнього, інакше кажучи, її [суб]культурна якість є принципово [анти]культурною» [5, с. 265-266]. Таким чином, ірреальні сутності формуються в спекулятивних вимірах віртуальної економіки.

Гроші як традиційний економічний артефакт, стаючи віртуальними, сьогодні починають інтерпретуватися як різновид інформаційної технології. Слід вказати, що й у традиційних суспільствах гроші були свого роду абстракцією (немає менш матеріальних речей, ніж гроші, які можуть перетворитися у що завгодно, оскільки як міра вартості є певним еквівалентом в обмінах). Але тепер вони стали більш потужною інформаційною технологією, ніж в традиційних суспільствах, при цьому вони долають просторовий вимір хронотопу: «Західноафриканські гроші-ракушки не мають цінності за межами обмеженої території, та й всередині неї на них можна купити тільки певні товари й послуги. Наші гроші діють у всій багатомільйонній державі, а якщо ми живемо в країні з конвертованою валютою, - то й у всьому світі. Як інформаційна технологія гроші справді здійснили свій внесок в створення єдиного світу. Вони дозволяються порівняти оплату праці і купівельну спроможність, а також обмінювати мішок з клубнями таро з Нової Гвінеї на електроніку з Японії, до того ж вони є необхідним фактором створення світової

економіки.» [15, с. 59]. - заявляє Т. Еріксен. Таким чином, гроші стають ключовим елементом глобалізації саме в момент отримання власної абстрактності, тоді, коли вони виходять за рівень символічний й перетворюються на віртуальне умовне узагальнення, а, разом з тим – і на своєрідну інформаційну технологію.

Окрім того, саме ці «нові» гроші – і за своєю формою і за властивостями – створили єдиний світовий економічний стандарт, і парадокс полягає в тому, що цей стандарт уможливився в момент тотальної віртуалізації грошей: «Якщо у багатьох суспільствах угоди засновувалися на довірі й особистих відносинах між покупцем і продавцем, то абстрактні й універсальні гроші привели до *формалізації* економічних відносин. Доти, доки існує домовленість про вартість паперових грошей, мені не важливо знати ні кредитора, ні дебітора. Сьогодні з входженням грошей в кіберпростір, коли ми можемо використовувати норвезьку пластикову картку для того, щоб [59] заплатити за прокат автомобіля або зняти готівку на Філіппінах, вони стали ще більш абстрактними» [15, с. 59-60]. Економічними наслідками перелічених процесів є створення «віртуальної спекулятивної економіки», в якій обсяги віртуальних капіталів значно перевищують світовий ВВП, а «маса фіктивного капіталу приблизно в 100 разів перевищує вартість міжнародного товарообігу» [4, с. 184]. Капітал втрачає свою матеріальність, він виявляється викинутим за межі реального часо-просторового світу, в якому раніше його можна було співвіднести з конкретними матеріальними об'єктами. Фактично, він втрачає такий світ атрибут, як *протяжність*. Натомість тепер капітал перетворюється на *інформацію*.

**Висновки.** Результатом даних процесів є виникнення «надсимволічного капіталу» (Е. Тоффлер), який спирається не на матеріальні активи, а на інформаційні. Капіталом стають документи, й, по суті, такий капітал є капіталом паперовим. Більше того, ми зараз наближаємося до капіталовкладень, ґрунтованих на вторинних індексах від індексів, на похідних, зумовлених похідними цінних паперів, на синтетиках, котрі відображають інші синтетика. Перетворившись на інформацію та ставши невід'ємною частиною віртуальної постеконіміки, капітал стає включеним у процес формування нового типу хронотопу. Це – *віртуальний хронотоп*, який створює новий економічний простір та структурує новий економічний час.

### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Абдикеев Н. М. Интеллектуальные системы управления знаниями в когнитивной экономике [Электронный ресурс]. / Н. М. Абдикеев, А. Н. Аверкин – Режим доступа: <http://www.it-rea.ru/publications/KE/publ0401.pdf>.

2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Образец социального прогнозирования / Белл Д. – М.: "Академия", 2004. – 578 с.
3. Гальчинський А. С. Економічна методологія. Логіка оновлення : Курс лекцій. – К. : "АДЕФ-Україна", 2010. – 572 с.
4. Глобальний конкурентний простір : Монографія / О. Г. Білорус та ін. – К. : КНЕУ, 2007. – 680 с.
5. Глобальное общество: новая система координат (подходы к проблеме) / А. И. Неклесса и др. – СПб: Алетей, 2000. – 320 с.
6. Друкер П. Посткапиталистическое общество / Друкер П. // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. – М., "Академия", 1999. – С. 79-84.
7. Інформаційне суспільство у соціально-філософській ретроспективі та перспективі / В. В. Лях, В. С. Пазенок, Я. В. Любимий, К. Ю. Райда, В. К. Федорченко, О. М. Йосипенко, О. М. Соболю, Н. А. Фоменко, О. П. Будя, Ю. О. Безукладніков. – К. : ТОВ «XXI століття: діалог культур», 2009. – 404 с.
8. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. / М. Кастельс – К. : «Видавництво «Ваклер» у формі ТОВ, 2007. – 304 с.
9. Кастельс М. Інформаційні технології, глобалізація і соціальний розвиток / М. Кастельс //
- Економіка: виклики глобалізації та Україна [Під заг. Ред. А. П. Гальчинського, С. В. Львовичкіна, В. П. Семиноженка]. – К. : [б. в.], 2004. – С. 81-104.
10. Макаров В. Л. Экономика знаний: уроки для России [Электронный ресурс]. / В. Л. Макаров – Режим доступа: <http://vivovoco.rsl.ru/VV/JOURNAL/VRAN/SESSION/VRAN5.HTM>.
11. Маслова А. В. Виртуальная экономика как проявление виртуализации экономических отношений [Электронный ресурс]. / А. В. Маслова – Режим доступа: [http://www.agequal.ru/Research/6\\_2011/Maslova.pdf](http://www.agequal.ru/Research/6_2011/Maslova.pdf).
12. Меськов В. С. Мир информации как тринитарная модель Универсума. Постнеклассическая методология когнитивной деятельности. / В. С. Меськов, А. А. Мамченко – Вопросы философии. – 2010. - № 5. – С. 57-68.
13. Почепцов Г. Глобальні проекти: конструювання майбутнього. Навч. посібник. / Г. Почепцов – К. : Український центр політичного менеджменту, 2009. – 212 с.
14. Тоффлер Е. Нова парадигма влади. Знання, багатство й сила. / Е. Тоффлер – К. : Акіа, 2003. – 686 с.
15. Эриксен Т. Х. Тирания момента. Время в эпоху информации. / Т. Х. Эриксен – М. : Инд-во «Весь мир», 2003. – 208 с.

**Аннотация.** В статье раскрыты и обобщены существующие подходы, принципы к определению креативного аспекта информационной экономики в контексте новых пространственно-временных характеристик «надсимволичных» смыслов. Обобщенно виртуальное и реальное, что, позволило создать новый смысловое пространство в области виртуального хронотопа.

**Ключевые слова:** информационная экономика, смысловое пространство, пространственно-временное измерение, социум.

**Summary.** The article disclosed and summarized existing approaches, principles to determine creative aspect of the information economy in the context of new spatio-temporal characteristics "nadsymvolichnyh" meanings. Generalized virtual and the real, which allowed us to create a new semantic space in virtual time-space.

**Keywords:** information economics, semantic space, the space-time dimension, society.

*Рецензент д.е.н., професор УкрДАЗТ Кірдіна О.Г.  
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Єлагін Ю.В.*

УДК 330.146

## МОЖЛИВОСТІ І ОБМЕЖЕННЯ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЙ КОНКУРЕНЦІЇ У ВИЗНАЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНУ

*Дорошенко Г.О., д.е.н., доцент (ХІФ УДУФМТ)*

*У роботі зроблено перенос основних положень теорій конкуренції на рівень регіонів країни, що дає змогу виявити закономірності розвитку, наявні і можливі проблеми, шляхи їх подолання.*

**Ключові слова:** *теорії конкуренції, інновації, конкурентоспроможність, інвестори, національна і регіональна економіка.*

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах загальної інтеграції і глобалізації кожна країна буде своєю системою фінансової безпеки, у рамках якої одна з головних ролей відводиться зростанню конкурентоспроможності на всіх рівнях. Економічна стабільність держави залежить від того наскільки