

Lashin P. M.

Kharkiv University of Humanities «People's Ukrainian Academy»

INSTITUTIONAL ASPECTS OF FORMS FICTITIOUS CAPITAL

Summary

Theoretical issues of virtualization mechanism forms of fictitious capital. The features of the implementation of institutional forms of fictitious capital, which allow us to identify, compile and systematize the processes associated with the interaction between the financial and real sectors in the globalized economy.

Key words: financial sector, real sector, fictitious capital, virtualization of fictitious capital, derivatives.

УДК 338.5.01

Лащак В. В.

Буковинський університет

ФУНКЦІОНАЛЬНА ВИЗНАЧЕНІСТЬ ЦІНИ ЯК ОБ'ЄКТУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Сутнісна неоднозначність ціни як інструменту економічних взаємовідносин в трактуваннях представників різних напрямів економічної думки та динамічна мінливість функціонального механізму роблять актуальним дослідження функцій ціни. У класичній економічній теорії виділяють 4 основні функції ціни: облікова, стимулююча, розподільча (пере розподільча) і функція зрівноваження попиту та пропозиції. Однак з розвитком суспільства функціональний механізм ціни підлягає також переосмисленню, перелік функцій, які виконує ціна, постійно розширюється. Поняття еволюційної функції ціни полягає в аналізі ціни через призму еволюційних змін в суспільстві, під дією яких змінюються пріоритети, цінності, грошові еквіваленти, якісні підходи до оцінки товарів і т. д., відповідно, і важелі впливу держави на споживчі ціни. Ринкове ціноутворення вимагає належного знання механізму дієвості кожної з функцій ціни, передбачення наслідків різних варіантів їх впливу і їх узгодження, що дозволить забезпечити ефективний вплив держави на ціноутворюючі процеси.

Ключові слова: функції ціни, механізм ціноутворення, вплив держави, споживчі ціни.

Постановка проблеми. Економічна наука стоїть перед нагальною необхідністю розробки механізму органічного поєднання мікрорівневих та макrorівневих засобів впливу на ціни, з'ясування напрямів узгодженої ефективної дії регуляторних заходів, орієнтованих на економічне зростання і стабільність цін, виявлення ефективних каналів впливу на упередження цінових шоків адаптованого до еволюційних змін економічних відносин. Для глибшого розуміння поняття ціни слід дослідити функціональний механізм ціноутворення з точки зору еволюційних трансформацій з метою виявлення потенційних можливостей державно-регуляторного впливу на споживчі ціни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Науково-економічна література виділяє 4 основні функції ціни: облікова, стимулююча, розподільча (пере розподільча) і функція зрівноваження попиту та пропозиції, які найшли відображення в таких науковців, як В.С. Пінішко, Т.В. Мединська [1], Я.В. Литвиненко [2], М.М. Артус [3], Л.О. Шкварчук [4], В.П. Дьяченко [5]. Основні теоретико-методологічні засади функціональності ціни розглядаються у роботах таких вітчизняних дослідників, як Г.В. Василевська, З.М. Васильченко, Д.М. Гладких, А.Б. Дрига, М. М. Каленський, М.В. Корнеєв, М.І. Макаренко, В.М. Опарін, Д.В. Полозенко, Г.М. Филюк, С.М. Фролов, І.Я. Чугунов та інші. Значну увагу дослідженню функцій ціни з метою регулювання приділяють у своїх працях також російські та інші зарубіжні дослідники, такі як Е.П. Бабін, Н.Х. Вафіна, В.С. Єсіпов, В. Ойкен, І. К. Салімжанов, Г.А. Тактаров, О. М. Цацулін, Е.А. Уткін.

Незважаючи на достатньо повне дослідження сутності, методів формування та функціональних характеристик ціни у розрізі ряду економічних

теорій, питання вибору дієвих методів, форм та інструментів державного впливу на процеси ціноутворення досі залишаються дискусійними.

Метою дослідження є вивчення функцій ціни та впливу держави через фінансові важелі на споживчі ціни з точки зору еволюційних та трансформаційних змін.

Основний матеріал і результати. Науково-економічна література виділяла певний період 4 основні функції ціни: облікова, стимулююча, розподільча (пере розподільча) і функція зрівноваження попиту та пропозиції. Незважаючи на те, що ціна залишається грошовим виразом закладених у товарі виробничих витрат в будь-якій економічній системі, її функціональний механізм підлягає постійному переосмисленню з точки зору наукової думки, існуючої як у трудовій, так і в інших теоріях ціни. На сьогоднішній день вченими-ціновиками перелік функцій, які надаються ціні, значно збільшився.

Облікова функція в широкому баченні виступає не лише як певна кількість затрат суспільної праці, але як мірник затрат матеріальних ресурсів, витрачених у процесі виробництва певного товару, з позиції теорії альтернативної вартості ціна є носієм інформації про кількість затрат на виробництво в порівнянні з певним товаром. Будь-який нормативний підхід базується на розрахункових величинах, і які б зусилля не прикладали вчені та практики, щоб якомога точніше визначити нормативи та уніфікувати їх, завжди залишатиметься певна частка суб'єктивного підходу до методики розрахунків. Зрозуміло, що, маючи статистичні дані про калькуляцію собівартості певної продукції в тій чи іншій галузі, неважко розрахувати середньогалузевий рівень витрат, однак палкі дискусії як вчених-ціновиків, так і практиків

остаточно не з'ясували просте питання: нормативні витрати у складі ціни повинні встановлюватися на рівні собівартості кращих, середніх чи гірших підприємств галузі? Норматив рентабельності в цінах слід закладати універсальним для всіх галузей чи використовувати диференційований підхід? У практичному ціноутворенні частіше велася розмова про перерозподіл суспільного продукту через механізм цін, а не про облік затрат, які лягли в їхню собівартість.

В період інтеграційних та глобалізаційних процесів економіки, що супроводжується зростанням ступеню відкритості національних економік все більше утверджується думка про уніфікацію та необхідність приймати за еталон суспільних витрат виробництва та обігу не стільки внутрішньодержавні середньогалузеві показники, скільки їх аналог, обчислений на рівні планетарної економіки [6, с. 71-72]. Для таких глобальних підходів необхідно перш за все здійснити імплементацію законодавчих та нормативних актів в напрямку інтегрованих економічних систем, тому що взагалі середній, з одного боку, в цілому об'єктивно зумовлений суспільний рівень витрат часто відрізняється внаслідок дії зовнішніх факторів – державного регулювання цін чи існування недосконалої конкуренції на ринках окремих товарів і послуг.

Отже, функцію обліку понесених виробником товару витрат ціна може виконувати в повній мірі тоді, коли, по-перше, вона враховує окрім затрат живої праці використання засобів виробництва як самостійного джерела вартості; по-друге, при фіксованій купівельній спроможності покупця вгода від придбання певного товару зіставляється із певними втратами, понесеними в результаті не придбання інших порівняних товарів; по-третє, розмір затрат на виготовлення товару оцінюється з точки зору вигідності його споживання; по-четверте, вимірювально-облікова функція ціни найбільш виражено проявляється в умовах досконалої конкуренції, не обмеженої ні державним втручанням, ні монополюним домінуванням, що призводять до формування викривленої величини та структури цінового еталону.

Довгий період функції ціни зрівноваження попиту і пропозиції в директивному ціноутворенні відводилося одне з останніх місць, ціна виступала інструментом перерозподілу доходів і штучного стимулювання виробництва тієї продукції, що визначалася органами державного управління як найбільш пріоритетна. Необхідність збалансувати попит і пропозицію виникала в ринкових умовах споживчого ринку.

Через передавальний механізм функції балансу товарного ринку ціни покликані приводити у відповідність обсяг попиту з обсягом пропозиції. У зв'язку з глобалізацією економіки та розвитком великого товарного виробництва сьогодні покупцеві протистоїть фірма, яка випускає серійну масову продукцію і яка сама визначає ціну на неї, керуючись при цьому такими факторами, як розмір виробничих витрат, ціни на товари-аналоги, ступень конкуренції на ринку, еластичність попиту тощо. Тепер уже йдеться не про індивідуальні, а про ринкові попит і пропозицію, де уособленням попиту стає не окремий покупець, а всі споживачі даного виду товару. Ринковий попит породжує поняття сукупного покупця, який виражає загальну платоспроможну потребу, його платоспроможність означає, що потреба буде задоволена в разі наявності необхідної суми грошей в суспільстві.

Логічно, що вища ціна вимагає більших коштів від покупця, тому між обсягом ринкового попиту і рівнем ціни формується зворотна залежність, яку в мікроекономіці називають законом попиту. Даний закон дає пояснення, чому товарний дефіцит породжує тенденцію до неухильного зростання цін, а надлишок спричиняє перенасичення попиту та знижує рівень ціни.

В сьогоденному гостро конкурентному середовищі будь-які зміни в ринковому попиті не залишаються без уваги з боку виробників товару, які формують ринкову пропозицію, що виражає наявні можливості виробництва, потенціал нарощування випуску товару у відповідь на підвищення ціни. Обсяг пропозиції на ринку перебуває у прямій залежності від рівня цін на товари, що виробляються і пропонуються. Такий зв'язок називають законом пропозиції, який означає, що в короткостроковій перспективі зростання продажу товарів може відбутися за рахунок мобілізації товарних запасів і підвищення цін, а в довгостроковій – за рахунок збільшення обсягів випуску, який супроводжується підвищеними витратами внаслідок дії закону спадної граничної продуктивності факторів виробництва.

У ринковому тандемі «попит–пропозиція» основною скрипкою є попит. Виробництво нових товарів, зміна кількісних та цінових параметрів на вже існуючу продукцію вимагають від продавця певних дій щодо підтримання і стимулювання попиту. Розробляючи дієву програму завоювання покупця, засновану на вивченні властивостей споживчого попиту в різних сегментах ринку, маркетингологи, безумовно, зважають на те, якою буде ціна, прийнятна для виробників, одночасно задовольняюча споживачів, тобто рівноважна функція ціни проявляє себе ще до появи товару на ринку, впливаючи на обсяг пропозиції, що доводиться до меж прогнозованої величини попиту. За описаною послідовністю регулююча сторона ринкового ціноутворення на споживчому ринку виступає в більшій мірі не як регулятор ціни, а як регулятор обсягу випуску продукції, який чутливо реагує на динаміку споживчих цін. У зв'язку з тим, що попит споживачів на ринках багатьох видів товарів є нестабільною величиною як за обсягом, так і за вимогами до споживчих властивостей товарів, завчасно передбачити всі його нюанси досить просто, а отже не просто спрогнозувати ціну, яка за своєю природою є гнучким інструментом ринкового балансу.

В теоретичних розробках науковців функція зрівноваження попиту та пропозиції тісно переплітається з іншою функцією ціни – стимулюючою. Відомо що, до складу ціни поряд з бухгалтерськими витратами виробництва та обігу входить прибуток, отримання якого і є спрощеною логічною метою будь якого бізнесу. Бажання зменшити витрати та збільшити прибуток спонукає підприємства до постійного пошуку шляхів скорочення затрат ресурсів, запровадження нових високоефективних технологій, які в кінцевому результаті знижують собівартість продукції та підвищують ефективність виробництва.

Вплив стимулюючої дії ціни варто розглядати не тільки у статичному стані ринкової рівноваги, а перш за все у динамічному, так збільшення споживчих цін на конкретному ринку слугує імпульсом виробникові до нарощування обсягів випуску, з метою отримання більшого обсягу прибутку. У свою чергу, підвищена ціна відлякує споживача і скорочує обсяг закупувель до мінімально можли-

вих меж, оскільки одиниця товару тепер коштує дорожче. У цьому і полягає дія природного механізму стимулювання виробництва і споживання, через ціну як товарно-грошового інструмента економічних взаємовідносин.

Через механізми ціни стимулювати попит і пропозицію можливо за допомогою низки важелів, в тому числі і фінансових, які в руках держави існують для заохочення чи стримування обсягу випуску і продажу, закупівлі та споживання певного товару. Стимуляторами найчастіше виступають у практиці ціноутворення, податки та субсидії на блага та послуги, завдяки чому рівень цін штучно підвищується чи знижується залежно від стратегічної мети стимулювання. Такою стратегічною метою держави в регулюванні цін може бути соціальна допомога населенню, економія затрат виробництва, впровадження досягнень науково-технічного прогресу, поліпшення якості та безпечності продукції, зміна структури виробництва і споживання, виготовлення і реалізація на світовому ринку конкурентоспроможних вітчизняних товарів.

Мета держави через існуючі засоби впливу, які є в її розпорядженні, стимулювати насамперед випуск нової високоефективної продукції, на яку може не встановлюватися обмеження щодо рівня рентабельності чи граничних цін. Пільги в застосуванні податку на додану вартість можуть надаватися також виробникам конкурентоспроможної на зовнішніх ринках продукції, яка експортується, що у свою чергу знижує рівень цін і створює сприятливі умови для успішного конкурування з іншими державами.

Макроекономічне значення стимулюючої функції цін полягає у впливі динаміки загальногo рівня цін на темпи економічного зростання та кон'юнктуру національного ринку в цілому.

Розподільча функція на макrorівні полягає в розподілі та перерозподілі створеного суспільством національного доходу, шляхом змін у структурі ціни та виражається через її специфічну структуру, до якої входять у вартісному вигляді доходи учасників як виробництва, так і обігу. Ціна в економіко-теоретичному трактуванні А. Сміта [7, с. 684] і неокласиків являє собою суму доходів власників факторів виробництва, якими є безпосередні учасники суспільного виробництва – наймані робітники, підприємці, власники капіталу і землі, що отримують доходи у вигляді заробітної плати, прибутку, процента і ренти, які входять до складу ціни, а після реалізації товару розподіляються між вказаними суб'єктами. Де частка кожного з них у ціні залежить від кількості та якості витраченого виробничого ресурсу.

Перерозподільча функція, що також здійснюється через механізм цін, проводиться державою з метою соціально-економічного регулювання, при якому ціна зміщується від свого природного значення. Визначивши поточні й перспективні стратегічні пріоритети, держава за допомогою цінового передавального механізму спрямовує більшу, ніж за умов ринкової рівноваги, частину втіленого в товарах доходу тим чи іншим галузям і секторам економіки, регіонам чи верствам населення. Такі дії означають, що на собівартість і ціну продукції впливають такі складові, які не мають безпосереднього відношення до затратних складових виробництва. Зокрема, перерозподільчу роль відіграють непрямі податки і збори, які носять яскраво виражений фіскальний характер, інші нарахування на первинні доходи, що в результаті призводять до

подорожчання споживчих товарів, але одночасно служать фінансовим джерелом для трансфертних виплат.

Органами законодавчої і виконавчої влади через законодавчо нормативні акти встановлюють розміри відрахувань і акумульовані таким чином кошти концентруються в бюджетних та спеціальних фондах, щоб надалі витратитися відповідно до їхнього цільового призначення. Зрозуміло, що тим самим фінансово-бюджетна система держави значною мірою опирається у своїй діяльності на розподільчу функцію ціни. Аналізуючи останні зміни в законодавстві, видно, що держава прагне, щоб додана вартість, яка означає суму факторних доходів у структурі ціни й створюється у процесі виробництва, з переходом до ринку і дерегулюванням економіки все менше перерозподілялася між суб'єктами економічної системи.

Деякі економісти виділяють поряд з вищеперахованими функціями ще й функцію раціонального розміщення виробництва. Яка, на їх думку, за допомогою механізму цін сприяє перетіканню капіталу в ті сектори та окремі галузі, де є висока норма прибутку. У роботі Т. Макаровської, А. Павленко, І. Салімжанова [10, с. 304; 11, с. 332; 12, с. 26] розглянута функція ціни як засобу раціонального розміщення виробництва, що в умовах ринкових стосунків виявляється найбільш важливою з точки зору оптимізації виробництва та отримання максимального прибутку. Зміст даної функції полягає в тому, що за допомогою механізму цін для отримання вищої прибутковості здійснюється «перелив» капіталів з одного сектора економіки в інший і усередині окремих секторів – туди, де норма прибутку вища [12, с. 26]. Такий «перетік» капіталів здійснюється фірмами самостійно під впливом законів конкуренції і попиту. Лише підприємство вирішує, в яку сферу діяльності, в яку галузь економіки йому вкладати засоби. Ми вважаємо, що поняття цієї функції варто розширити в плані переливання капіталів між державами та континентами, більшість фірм сьогодні будують свої заводи в державах з дешевою робочою силою, та поближче до запасів ресурсів таким прикладом може бути Китай, Індія та інші держави з дешевим ринком праці. Ця функція ціни в якійсь мірі перегукується із стимулюючою функцією і повинна отримувати усе більший розвиток в ринковій системі, її прояв можливий, лише за певної умови – стабільності економіки. Д. Шевчук, окрім вищеназаних функцій, вказує на наявність інформаційної функції ціни, що полягає в тому, що ціна виступає як основний носій інформації і для виробників (продавців), і для споживачів (покупців) [13, с. 24]. Дані про ціни, вісті про їх зміни є сигналом до дії або бездіяльності суб'єктів ринкової економіки – підприємств, населення. В. Пінішко виділяє найбільшу кількість функцій ціни, додаючи управляючу та соціальну функції. Соціальна функція ціни торкається інтересів соціуму. Автор вважає, що всі ціни виконують соціальну функцію. На думку інших науковців, соціальну функцію виконують лише ті ціни, які з метою необґрунтованого їх росту встановлюються, регулюються (обмежуються) безпосередньо державою або суб'єктами господарювання на підставі рішень держави і стосуються окремих груп товарів (кошик соціально вживаних продуктів харчування затверджений КМУ, медикаменти за списками МОЗ України, вугілля, дрова, торф, скрапленний газ, дитяче харчування тощо) і окремих груп їх споживачів (хворих, інвалідів, дітей

та інших) [14, с. 488]. Також висунуто таке поняття як кумулятивна функція, яка полягає в наступному: за допомогою ціни суб'єкт господарювання може впливати на процес кількісного збільшення споживачів своєї продукції (послуг) або орієнтуватися на певний шар споживачів, в цій функції ціна виступає в ролі засобу формування бажаного кола споживачів продукції підприємства.

На нашу думку, варто ввести таке поняття, як еволюційна функція ціни, суть якої полягає в аналізі ціни крізь призму еволюційних змін в суспільстві як в напрямку технічного прогресу, так і інтелектуальних трансформаціях суспільства, під дією цієї функції змінюються пріоритети, цінності, грошові еквіваленти, якісні підходи до оцінки товарів і т. д. Відповідно, і важелі впливу держави та об'єкти впливу трансформуються. Так, сьогодні існує певний перелік регульованих товарів робіт та послуг, який зі зміною часу може бути розширений або, навпаки, звужений, в майбутньому можуть будуть фіксовані ціни на певні стандартні програмні продукти чи технічні засоби. Дана функція впливає та змінює і сутнісний механізм інших функцій.

Висновок. Кожна функція ціни як відносно самостійна форма несе в собі певне соціально-еко-

номічне навантаження, виражаючи питому вагу соціальних чи економічних пріоритетів. Співвідношення соціальної чи економічної доміанти, представлені у функціях ціни, залежить від того, який саме різновид цін розглядається у кожному конкретному випадку. Функції ціни діють не ізольовано, а взаємопов'язано, але в той же час мають об'єктивно суперечливий характер, саме можливість виконання ціною не однієї, а декількох економічних функцій, навіть суперечливих, але діалектично пов'язаних між собою, вміщена в економічній сутності ціни. Така можливість заснована на співвідношенні змісту і форми: форма ціни приховує у собі можливість кількісного узгодження зі своєю основою. Процес ринкового ціноутворення вимагає належного знання механізму дієвості кожної з функцій ціни, передбачення наслідків різних варіантів їх впливу і надходження цієї форми, міри кожної функції, їх узгодження, яке дозволить забезпечити успішне вирішення практичних господарських завдань. Механізм дії всіх функцій ціни заснований на двох лише їй притаманних властивостях: виражати суспільно необхідні витрати через пропозицію і відхилятися від них в бік попиту в залежності від еволюційних трансформацій суспільства.

Список літератури:

1. Пінішко В.С., Мединська Т.В. Ціни і ціноутворення : навч.-метод. посіб. / В.С. Пінішко, Т.В. Мединська. – Львів, 2009. – 56 с.
2. Литвиненко Я.В. Сучасна політика ціноутворення : навч. посіб. / Я.В. Литвиненко. – К. : Вид. центр МАУП, 2010. – 212 с.
3. Артус М.М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки / М.М. Артус. – Тернопіль, 2010. – 54 с.
4. Шкварчук Л.О. Ціноутворення : підручник / Л.О. Шкварчук. – К. : Кондор, 2008. – 460 с.
5. Научные основы планового ценообразования: теория и методология / Под ред. В.П. Дьяченко. – М. : Наука, 1968. – 328 с.
6. Пасхавер Б. Аграрне ціноутворення в умовах кризи // Економіка України. – 1999. – № 7. – С. 67-76.
7. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М. : Соцэкгиз, 1962. – 684 с.
8. Уткин Э.Д. Цены. Ценообразование. Ценовая политика. – М. : Экмос, 1997. – 224 с.
9. Ценообразование : учеб. пособие для вузов : под ред. И.К. Салимжанова. – М. : Финстатинформ, 1996. – 159 с.
10. Макаровська Т. П. Економіка підприємства : навч. посіб. Для студ. вищ. навч. закл [текст] / Т. П. Макаровська, Н. М. Бондар. – К. : МАУП, 2003. – 304 с.
11. Павленко А. Ф. Маркетингова політика ціноутворення : монографія [Текст] / А.Ф. Павленко, В.Л. Корінев. – К. : КНЕУ, 2004. – 332 с.
12. Салимжанов И. К. Ценообразование : учебник [текст] / И. К. Салимжанов. – М. : КНОРУС, 2007. – 304 с.
13. Шевчук Д. А. Ценообразование : учеб. пособие [текст] / Шевчук Денис Александрович. – М. : ГроссМедиа : РОСБУХ, 2008. – 240 с.
14. Пінішко В. С. Ціни і ціноутворення [Текст] : навчальний посібник / В. С. Пінішко. – Львів : Інтелект-Захід, 2006. – 488 с.

Лащак В. В.

Буковинський університет

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОПРЕДЕЛЕННОСТИ ЦЕНЫ КАК ОБЪЕКТА ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Резюме

Сущностная неоднозначность цены как инструмента экономических взаимоотношений в трактовках представителей различных направлений экономической мысли и динамическая изменчивость функционального механизма делают актуальным исследование функций цены. В классической экономической теории выделяют 4 основные функции цены: учетная, стимулирующая, распределительная (перераспределительная) и функция уравнивания спроса и предложения. Однако с развитием общества функциональный механизм цены подлежит также переосмыслению, перечень функций, которые выполняет цена, постоянно расширяется. Понятие эволюционной функции цены заключается в анализе цены через призму эволюционных изменений в обществе, под действием которых меняются приоритеты, ценности, денежные эквиваленты, качественные подходы к оценке товаров и т. д., соответственно и рычаги влияния государства на потребительские цены. Рыночное ценообразование требует надлежащего знания механизма действительности каждой из функций цены, предвидение последствий различных вариантов их влияния и их согласование, что позволит обеспечить эффективное воздействие государства на ценообразующие процессы.

Ключевые слова: функции цены, механизм ценообразования, влияние государства, потребительские цены.

Laschak V. V.

Bukovina University Chernivtsi

FUNCTIONAL CERTAINTY PRICE AS OBJECTS REGULATION

Summary

The essential ambiguity as a tool for economic relations in the interpretation of different areas of economic thought and the dynamic variation of the functional mechanism of doing actual research for features. In classical economic theory identifies four main functions for: accounting, incentive, distribution (redistributive) and the function of balancing supply and demand. However, with the development of society functional mechanism for reconsideration shall be well, the functions that give the price is constantly expanding. The concept of evolutionary function of prices is to analyze the evolution of prices in the light of changes in society, under which the changing priorities, values, cash equivalents and qualitative approaches to the valuation of goods, etc., respectively, and leverage the state of consumer prices. Competitive pricing requires a good knowledge of the mechanism of effectiveness for each function, predicting the consequences of different options for their influence and their agreement that will ensure the effective influence of the state on the pricing process.

Key words: price functions, the pricing mechanism, the state's influence consumer prices.

УДК 330.14.01

Помінова І. І.

Харківський державний університет харчування та торгівлі

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ В ГЛОБАЛЬНОМУ ГОСПОДАРЬСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У статті виявлено специфічні риси глобального інтелектуального капіталу. Розкрито особливості глобалізаційних тенденцій світового господарського середовища в умовах інтелектуалізації економіки. Визначено умови включення вітчизняного інтелектуального капіталу в світогосподарські процеси.

Ключові слова: глобальний інтелектуальний капітал, глобальне господарське середовище, «круговорот умів», інфраструктура інтелектуальної економіки.

Постановка проблеми. Глобалізація є визначальною рисою економіки ХХІ ст. Світове господарство перетворюється на цілісне середовище, у відтворювальному процесі якого поєднуються національний і міжнародний рухи капіталу та трудових ресурсів, надзвичайно швидко розповсюджується інформація, посилюється роль наднаціонального регулювання, відбувається кроскультурна уніфікація тощо.

Сучасний етап розвитку світової економіки пов'язаний з процесами глобалізації в інтелектуальній сфері, в результаті чого глобальне господарське середовище набуває нових рис, все більше перетворюючись на сферу функціонування інтелектуального капіталу. Це значно актуалізувало дослідження інституційних механізмів формування інтелектуального капіталу глобального рівня, проявів глобалізаційних тенденцій в господарському середовищі функціонування інтелектуального капіталу та пошуку шляхів ефективного вбудовування інтелектуального капіталу країни в світовий господарський простір.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняних та зарубіжних дослідженнях визначилися основні проблеми глобалізації, частина яких тим чи іншим чином розкриває аспекти глобалізації інтелектуальної сфери: глобалізація науково-технічної сфери (Ф. Альтбах, Дж. Сорос, О. Пічкур, А. Філіпенко, Ф. Фукуяма); концепція національних інноваційних систем (М. Пашута, Л. Федулова); інтелектуальна власність в умовах глобалізації (П. Дракос, О. Жовтанецька, Р. Мейн, В. Потехіна); концепція глобальної освіти (С. Моторна, А. Панарін, М. Щелкунов та ін.); проблема створення глобального університету та поширення віртуальної освіти (О. Журавльов, Б. Крук, Г. Телегіна та ін.) тощо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак в опублікованих працях не в повній мірі досліджено проблеми формування глобального господарського середовища як сфери функціонування інтелектуального капіталу.

Мета статті. Мета дослідження полягає у виявленні специфіки формування глобального господарського середовища в умовах інтелектуалізації економіки.

Задля досягнення цієї мети необхідно розв'язати такі завдання:

- виявити специфічні властивості глобального інтелектуального капіталу;
- розкрити особливості глобалізаційних тенденцій світового господарського середовища в умовах становлення «знанієвої економіки»;
- проаналізувати можливості включення вітчизняного інтелектуального капіталу в глобальний інтелектуальний простір.

Виклад основного матеріалу. Процес глобалізації розпочався у 60-х рр. ХХ ст., а з 90-х рр. ХХ ст. вступив у зрілу стадію, яка характеризується своєрідним «стиранням національних кордонів» в торговельній, фінансовій, виробничій, інформаційній сферах. Сучасний етап розвитку світової економіки пов'язаний з процесами глобалізації в інтелектуальній сфері, під впливом чого формується специфічне господарське середовище, в якому функціонує глобальний інтелектуальний капітал.

Слід відзначити, що інтелектуальний капітал за своєю природою є набагато більш інтернаціональним, ніж капітал фізичний. Це підтверджується наступним: ефективний розвиток наукових знань і винахідницької діяльності в сучасному світі неможливий у суто національних межах, а