

кошти спеціального фонду бюджету, тобто такі нагромадження, які використовуються за плановим графіком (зазвичай, поквартально).

Кредитування в режимі овернайт забезпечує безризиковість операцій використання бюджетних коштів в системі кредитування.

Варіант 3. Використання бюджетних коштів в операціях з цінними паперами

Згідно з чинним законодавством бюджетні кошти можуть використовуватись в операціях з цінними паперами виключно з державними позиками: держава здійснює позики для покриття бюджетного дефіциту, а потім викупає їх при наявності коштів. Усі операції з цінними паперами (запозичення – емісія та погашення державної позики) здійснюються через ЄКР. Ці операції здійснюються в режимі РЕПО – купівля пакету цінних паперів із зобов'язанням його зворотного продажу за попередньою домовленою ціною та у визначений строк. Це забезпечує цим операціям повну безризиковість.

Загальний обсяг торгів з облігаціями внутрішнього державного боргу в Україні щорічно зростає: у 2007 році він становив 59,89 млрд. грн., у 2008 році – 62,5 млрд. грн., у 2009 році – 99,0 млрд. грн., у 2010 році – 354,1 млрд. грн., а у 2011 році – 855,9 млрд. грн., або збільшився за 2007–2011 роки в 14,3 раза.

Таким чином, здійснення всіх видів операцій на фондовому ринку з тимчасово вільними бюджетними коштами є безризиковими. Враховуючи обсяг таких коштів (див. табл.), навіть при мінімально можливому процентному доході може приносити державі солідний прибуток.

Висновки

Відкриття Державної казначейської служби в Національному банку України Єдиного казначейського рахунку в 2002 році для централізованого обліку коштів і здійснення розрахунків у системі електронних міжбанківських переказів НБУ дало змогу забезпечити поєднання системи і термінових переказів фінансових ресурсів, що істотно вдосконалило управління грошовими ресурсами, що знаходяться під юрисдик-

цією держави. Це проявляється насамперед у відстеженні в оперативному режимі рівня фінансової забезпеченості всіх ланок бюджетної системи і своєчасного покриття коштами «бюджетних розривів», а також – виявлення обсягу тимчасово вільних коштів упродовж бюджетного періоду.

Наступним кроком є організація використання тимчасово вільних коштів на ЄКР в операціях на фондовому ринку, що є істотним резервом одержання прибутку як доходу державного бюджету. Розгляд ризиковості передбачених усіх трьох форм операцій на фондовому ринку з бюджетними коштами засвідчує їх безризиковість.

Активне використання залишків коштів ЄКР на фондовому ринку може сприяти стабілізації державної системи, що особливо важливо для їх здійснення на регіональному рівні.

Список використаних джерел

1. Башко В.І. Міжнародний досвід управління бюджетними касовими залишками / В.І. Башко // Наукові праці НДФІ. – 2008. – №3 (44). – С. 28–40.
2. Висоцький В. Вдосконалення управління грошовими активами єдиного казначейського рахунку в Україні / В. Висоцький, В. Калининчук, А. Савицька // Світ фінансів. – 2008. – №3 (16). – С. 58–63.
3. Деревко О.С. Можливості використання касових залишків Єдиного казначейського рахунку на фінансовому ринку / О.С. Деревко // Світова фінансово-економічна криза: стратегії протидії та мінімізації наслідків (економіка, фінанси та право) / Мат. XII Між нар. наук.–практ. конф. 29 травня 2009 р. – К.: УДУФМТ. – 2009. – С. 285–288.
4. Дроздов О.І. Размещение бюджетных средств на банковских депозитах / О.И. Дроздов // Бюджет. – 2009. – №2. – С. 64–67.
5. Лондар С.Л. Методичні основи управління фінансовими активами єдиного казначейського рахунку в Україні / С.Л. Лондар, В.І. Башко // Фінанси України. – 2008. – №12. – С. 53–65.
6. Ствчатый Л. Доходность и риск размещения временно свободных средств бюджета / Л. Ствчатый. – Сайт Finances. Kiev. ua. – 2010. – 5 с.
7. Череп А.В. Деякі аспекти управління коштами Єдиного казначейського рахунку / А.В. Череп, Л.А.Чорна // Економічний простір. – 2009. – №26. – С. 18–25.

УДК 656:658 15 (045)

О.М. РИБАК,

к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту, Національний авіаційний університет

Міжнародний імідж України на фоні економіки протестів

Автор аналізує проблему розвитку та формування міжнародного іміджу держави в умовах нестабільної політичної ситуації. Вивчається закордонний досвід впливу політичних протестів на економіку. Пропонується ряд стратегічних заходів для формування позитивного міжнародного іміджу України.

Ключові слова: міжнародний імідж держави, інвестиційний імідж, репутація держави, фактори формування іміджу держави.

Автор анализирует проблему развития и формирования международного имиджа государства в условиях нестабильной политической ситуации. Изучается зарубеж-

ный опыт влияния политических протестов на экономику. Предлагается ряд стратегических мер по формированию позитивного международного имиджа Украины.

Ключевые слова: международный имидж государства, инвестиционный имидж, репутация государства, факторы формирования имиджа государства.

The author analyzes the impact of political protests on economic image of Ukraine. Examines of foreign experience the impact of political protests on the economy. Proposed a number of strategic steps to creating a positive international image of Ukraine.

Keywords: international image, investment image, reputation, image formation factors of state.

Постановка проблеми. В епоху глобалізації суспільства, посилення міжнародних зв'язків та розвитку інформаційної економіки питанню формування міжнародного іміджу держави почали приділяти особливу увагу. Успішний бренд відіграє важливу роль не тільки для окремо взятого товару, торгової марки чи підприємства. Вдало представлений на міжнародному рівні образ держави надає значні переваги при розвитку економіки, культури, та туристичної інфраструктури, допомагає при роботі на політичній арені.

Питання формування міжнародного іміджу держави для країн пострадянського простору, що тривалий час були ізольовані від міжнародної спільноти, само по собі відносно нове. А трансформація українського суспільства у міжнародний інформаційний простір та перехід до когнітивної економіки на фоні нестабільної політичної ситуації надає йому особливої актуальності.

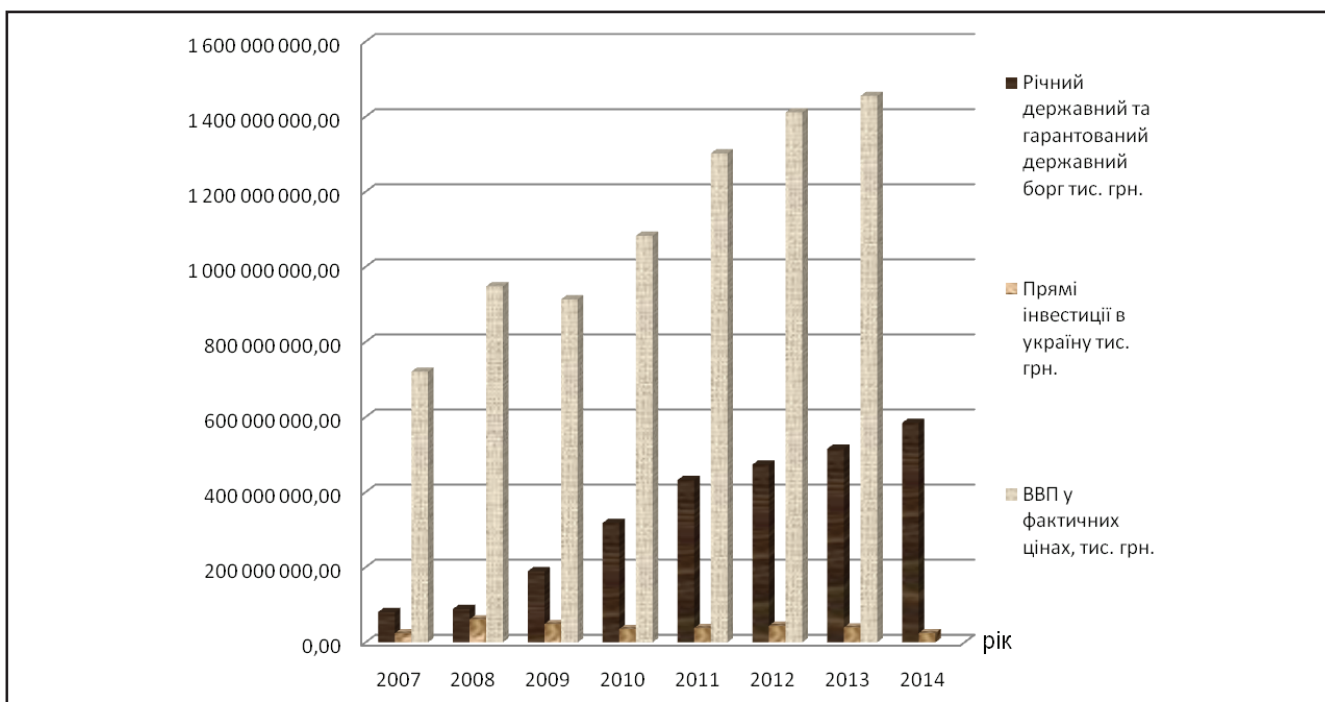
Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Враховуючи той факт, що поняття іміджу має транснауковий ха-

раактер, проблемою національного іміджу займалися фахівці інших галузей, таких як соціологія, політологія, філософії тощо. Економічний аспект міжнародного іміджу держави почав активно досліджуватись лише на початку 2000 року в роботах М. Недопитанського [1], С. Остапа [2] та ін. Д. Богуш у своїх дослідженнях аналізує та вивчає поняття інвестиційного іміджу та інвестиційного клімату держави [3]. Проблеми та шляхи формування позитивного міжнародного іміджу України піднімає Г. Вербицька [4]. А питання державної іміджології вивчається в наукових працях багатьох зарубіжних авторів, таких як С. Енхольт [5]. Проте з огляду на перехід суспільства на новий інформаційний рівень та умов розвитку української економіки на фоні політичних протестів зазначене питання потребує додаткового дослідження.

Метою статі є визначення основних факторів та складових формування позитивного міжнародного іміджу держави в нестабільному політичному та економічному середовищі, а також розробка ряду стратегічних заходів, спрямованих на покращення іміджу України в інформаційному суспільстві.

Виклад основного матеріалу. Вивчаючи закордонний досвід вдалого використання міжнародного іміджу, варто зауважити, що цей показник надає можливість залучати іноземні інвестиції на територію держави на якісно новому рівні. Дає можливість значно покращити структуру запозичень, знизити відсоток та зменшити кількість короткострокових боргів. Так, за оцінками спеціалістів, Україна у 2013 році мала середній рівень зовнішнього боргу – близько 40% ВВП (див. рис.). Однак залучені Україною позики вирізняються своєю короткостроковістю та високим рівнем відсоткових ставок.

Так, обслуговування державного боргу України у відсотках до ВВП можна порівняти з тим, що існує у США та Велико-



Динаміка валового внутрішнього продукту (ВВП) у порівнянні з державним та гарантованим державним боргом і прямими іноземними інвестиціями в Україну у формі акціонерного капіталу [6, 7]

британії, однак рівень заборгованості у США перевищує 100%, а у Великобританії – понад 80%. Зазначені тенденції зумовлені перед усім позитивним іміджем цих держав, що історично сформувався за рахунок цілеспрямованої економічної та політичної гри на міжнародному рівні.

Стереотипи та міфи, що склалися навколо України, характеризують її як невливову європейську державу з невизначеним шляхом інтеграції у світове співтовариство, з пострадянською спадщиною, нестабільною владою, мінливим законодавством, слабкою фінансово-кредитною системою, значним податковим тягарем, високими інвестиційними ризиками, корупцією, бюрократією, не досить розвиненою інфраструктурою та поганою екологією (Чорнобильська катастрофа). Трохи покращують уявлення, що склалися, природно-ресурсний, науковий та трудовий потенціали. Проблема усунення історично сформованих стереотипів ускладнюється не достатньою інтегрованістю України у світовий інформаційний простір. Інформація, що надходить у закордонні засоби масової інформації (ЗМІ) не контролюється, має яскраве політичне забарвлення та носить негативний характер. За останні три місяці 2014 року Україну згадують лише в контексті масових протестів, загрози громадянської війни та дефолту на фоні колосальних фінансових зобов'язань.

Цілком природно, що зазначені тенденції негативно вплинули на розвиток економіки. Основними з них є: відтік прямих іноземних інвестицій, виведення обігових коштів за кордон, затримка валютної виручки, зменшення кредитного портфелю, скорочення потоку прямих іноземних інвестицій.

За даними GfK Ukraine, індекс споживчих настроїв у грудні 2013 року дорівнював 80,3 пункту, що на 5,2 пункту менше, ніж у листопаді. При цьому серед складових даного індексу найбільшою мірою змінився індекс поточного особистого матеріального становища – він втратив відразу 7,1 пункту (до 77,7). Галузей, на які протести роблять безпосередній вплив, небагато, але одна з них ключова для зростання української економіки – це торгівля.

За підсумками 2013 року товарообіг підприємств знизився на 2%. У січні 2011 року цей показник втратив близько 1% порівняно з січнем 2013 року, скоротившись до 59,6 млрд грн. Промислове виробництво в січні 2014 року скоротилося на 5% порівняно з січнем 2013 року. За таких умов у бюджеті на 2014 рік закладено показник зростання ВВП – 3%, що, за даними вітчизняних та міжнародних експертів, не є реальним показником та потребує корекції до рівня 1,5–1% [8].

Негативні наслідки в реальній економіці посилює різке падіння держави у міжнародних рейтингах. Так, аналіз індексу конкурентоспроможності України за 2013 рік та початок 2014 року показує втрату 11 позицій. Аналогічну динаміку втрати показують тільки Уругвай, Єгипет, Гана і Бенін [9]. Міжнародне рейтингове агентство Fitch, своєю чергою, підтвердило суверенний рейтинг України на рівні В–, але при цьому зробило негативні прогнози по країні, що згодом знайшли підтвердження з огляду на складну політичну си-

туацію. Наприкінці вересня 2013 року агентство Moody's знизило рейтинг єврооблігацій України до Сaa1 з В3. Пониження було викликане «зростаючою стурбованістю відносно зовнішньої ліквідності країни, невизначеністю переговорів з Міжнародним валютним фондом і погіршенням відносин з Росією». Станом на 4 квітня 2014 року зазначений рейтинг становив Сaa3 з негативним прогнозом [6].

При погіршенні рейтингів країни страждають також українські фінансові установи та компанії через ризик погіршення бізнес-середовища, що може вплинути на їхню діяльність. Це значно ускладнює їхню роботу на міжнародних ринках, впливає на обсяги експортно-імпорتنих операцій, міжнародний платіжний баланс та ситуацію з виплатою зовнішнього боргу держави.

Незважаючи на зазначені тенденції, слід зауважити, що Україна має також позитивний досвід протестів. Так, у 2005 році, після «помаранчевої революції», обсяг прямих іноземних інвестицій сягнув рекордних для України позначок, а ВВП став показувати стійку динаміку зростання. Саме тоді про Україну вперше заговорили, як про незалежну державу з реальними перспективами. Зростання ВВП та поштовх для подальшого розвитку отримала також Грузія після «революції троянд». Антиурядові протести в Угорщині 2006 року показали зростання ВВП приблизно на 4%. Економічними наслідками «арабської весни» в Алжирі став сталий приріст ВВП протягом 2010–2013 років у середньому на 3% щороку.

На жаль, існують і приклади згубного впливу протестів на розвиток держав. Це передусім Судан, Сирія та Лівія, остання тільки за 2011 рік втратила 60% ВВП. Нестабільною залишається ситуація і в Тунісі.

За таких умов питання економічного розвитку України на пряму залежатиме від формування її позитивного міжнародного іміджу та стабілізації політичної ситуації в державі. При цьому практичний інтерес до питання формування позитивного міжнародного іміджу держави пов'язують також із переходом до інформаційного розвитку суспільства, коли відбувається скорочення частки населення, зайнятого у виробництві реального продукту, та збільшується кількість людей, що працюють у сфері взаємодії «людина – людина». При цьому імідж перетворюється у цінність, від наявності і якості якої залежить успішність діяльності, а формування та управління іміджем стає на виком, що є необхідним більшості індивідумів [4].

Поняття міжнародного іміджу сьогодні трактується неоднозначно. Економічні аспекти формування «інвестиційного іміджу», «інвестиційного клімату» та «міжнародного іміджу» держави тісно пов'язані між собою, а зазначені дефініції потребують уточнення.

Інвестиційний клімат являє собою комплекс економічних, політичних, соціальних, правових та інших заходів країни, яка залучає інвестиції, що спрямований на забезпечення здійснення інвестиційної діяльності її суб'єктами в умовах мінімальних інвестиційних ризиків. Сприятливий інвестиційний клімат країни, як правило, не залежить від підприємств, іноземних або вітчизня-

них інвесторів, при цьому створення належних ринкових умов для здійснення діяльності пов'язують із подоланням або зменшенням ризиків для інвесторів на рівні держави.

Інвестиційний імідж – комплексне відображення різноманітних аспектів інвестиційного клімату в уявленнях інвестора. Інвестиційний імідж є складовою частиною загального міжнародного іміджу країни наряду із соціальним, політичним, туристичним та економічним іміджем.

Міжнародний імідж країни є поняттям більш широким. По суті, він являється емоційно забарвленим образом країни як держави та її складових, соціального, політичного, культурного (туристичного) та економічного (зокрема, інвестиційного) аспектів, в уявленні різних цільових груп на міжнародному, національному та локальному рівнях. У міжнародному конкурентному середовищі саме імідж визначає місце країни у світовій системі [4].

З усього означеного вище можна зробити висновок, що міжнародний імідж держави формується під впливом її таких образів: виробничо-економічного, підприємницького, цивільно-культурного, природно-ресурсного, історико-географічного та еколого-туристичного. При цьому основними факторами, що впливають на зазначені образи, є економічні, політичні та соціальні. Саме вони впливають на образи та формують репутацію держави та її імідж на міжнародному рівні.

Серед соціальних факторів традиційно виділяють такі складові: умови життєзабезпечення та безпеку в країні, соціальний клімат, суспільний порядок, історичні особливості, що склалися на даній території. Політичні фактори зумовлюють: стабільність влади, наявність політичного діалогу інститутів влади, суспільного самоврядування та політичних партій, прозорість політичних процедур та їх висвітлення. Економічні фактори включають такі складові: рівень та динаміку економічного розвитку держави; стан інфраструктури та комунікацій, інвестиційний клімат та імідж держави, стабільність та прозорість фіскальної системи, свободу міграції капіталу за рахунок розвиненого фінансового сектору, стійку грошово-кредитну політику та ін.

В умовах інформаційного простору всі фактори та складові міжнародного іміджу тісно взаємопов'язані та мають розглядатися в комплексі. На нашу думку, міжнародний імідж України має демонструвати всі складові її міжнародного іміджу та надавати можливість для здійснення комплексної оцінки умов співпраці з країною. Однак акцентувати увагу має на позитивних складових, здатних зацікавити міжнародне співтовариство та потенційних партнерів. Питання формування позитивного міжнародного іміджу України сьогодні має вирішуватися через:

- припинення масивних протестів за рахунок початку прозорої процедури формування уряду з урахуванням інтересів населення незалежно від регіонів проживання;
- стабілізацію нормативно-правової бази з продовженням курсу наближення до міжнародних стандартів обліку та організації бізнесу;

- спрощення податкового законодавства та зменшення фіскального тягаря, що надасть можливість вивести економіку з тіньового сектору та збільшить надходження до бюджету;

- опрацювання концепції сприйняття країни власним населенням та міжнародною спільнотою;

- співробітництво з міжнародними фінансово-кредитними організаціями з максимальним висвітленням зазначеного процесу національними та міжнародними ЗМІ;

- розробку системи комунікацій, що враховуватиме способи отримання інформації всіма верствами населення та контроль за розповсюдженням дезінформації;

- організацію системи відповідальності державних органів влади та громадян за розповсюдження інформації, що негативно впливатиме на міжнародний імідж України та ін.

Саме тоді міжнародний імідж України стане інструментом реалізації зовнішньополітичних інтересів, надасть можливість для додаткового залучення стратегічних інвестицій із метою їх подальшої капіталізації.

Висновки

У роботі піднімається питання впливу міжнародного іміджу України на якість та структуру інвестиційних ресурсів, що отримує держава. За результатами проведених досліджень визначено, що подальший розвиток економіки в сучасних умовах потребує стратегічних інновацій з метою подальшої їх капіталізації, що є неможливим без політики формування позитивного іміджу країни на міжнародному рівні. Робота містить теоретичне дослідження понять «інвестиційний імідж», та «міжнародний імідж», визначає основні фактори та складові формування останнього.

Сучасні тенденції розвитку інформаційного середовища трансформували поняття іміджу і визначили нові аспекти його формування. Спираючись на аналіз сучасної політико-економічної ситуації та вивчення закордонного досвіду реагування економіки на протести, в роботі запропоновано ряд стратегічних заходів, що призведуть до трансформації міжнародного іміджу України.

Список використаних джерел

1. Недопитанський М. Імідж країни – це дуже серйозно / М. Недопитанський // Віче. [текст]. – 2002. – №2 (119).
2. Остапа С. Формування позитивного іміджу / С. Остапа // Українська Всесвітня координаційна рада. [Електрон. ресурс], травень 2002. – Режим доступу: <http://www.news.ce.lviv.ua>
3. Богущ Д.О. Міжнародний імідж України: проблеми і перспективи / Д.О. Богущ. [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4b843f0bd3e45/>
4. Ведбицька Г. Міжнародний імідж України: проблеми та шляхи реформування // Український інформаційний простір. Міжнародна інформація та міжнародні відносини. [текст]. – К.: КНУКІМ, 2013. – С. 4–9.
5. Simon Anholt. COMPETITIVE IDENTITY: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. PALGRAVE MACMILLAN. [текст]. – 2007. – Р. 147.

6. Міністерство фінансів України. [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://minfin.gov.ua/control/uk/publish/article>

7. Державна Служба статистики України. [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://ukrstat.org/uk>

8. Ковальчук А., Ормоцадзе М. Во что обойдутся митинги валовому продукту страны / Ковальчук А., Ормоцадзе М. [Електрон. ресурс] //

Forbes Україна 14 марта 2014. – Режим доступу: <http://forbes.ua/magazine/forbes/1365849-ekonomika-protestov>

9. Аналіз індексу конкурентоспроможності України в 2013–2014 рр. [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://infolight.org.ua/content/analiz-indeksu-konkurentospromozhnosti-ukrayini-v-2013-2014-rr>

УДК 339.923:339.14

С.Г. МІКАЕЛЯН,

к.в.н., доцент, докторант кафедри міжнародного обліку і аудиту,
Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

Інтероперабельність і пропрієтарність стратегічних альянсів ТНК на ринку високотехнологічної продукції

Проаналізовано тенденції та детермінанти розвитку стратегічних альянсів ТНК на ринку високотехнологічної продукції. Визначено особливості інтероперабельних і пропрієтарних стратегічних альянсів. Охарактеризовано специфіку стратегічних альянсів у високотехнологічних галузях.

Ключові слова: стратегічні альянси, високотехнологічна продукція, транснаціональні корпорації, конкурентні переваги, рівень витрат на НДДКР.

Проанализированы тенденции и детерминанты развития стратегических альянсов ТНК на рынке высокотехнологической продукции. Определены особенности интероперабельных и проприетарных стратегических альянсов. Охарактеризована специфика стратегических альянсов в высокотехнологических отраслях.

Ключевые слова: стратегические альянсы, высокотехнологическая продукция, транснациональные корпорации, конкурентные преимущества, уровень расходов на НИОКР.

The trends and determinants of TNC strategic alliances are analysed in the market high technology products. The features of interoperable and proprietary strategic alliances are identified. The specificity of strategic alliances characterized in the high-tech industries.

Keywords: strategic alliances, high-tech products, multinational corporations, competitive advantage, spending on R&D.

Постановка проблеми. В сучасній світовій економіці особливого значення набувають технологічні стратегічні альянси, в тому числі за участю ТНК. Вони дають додаткові переваги та дозволяють ТНК суттєво скоротити термін організації нового виробництва і на 50–70% знизити вартість освоєння виробництва. При цьому досягається 93–99% рівня якості продукції партнера. На частку науково-техніч-

них альянсів високотехнологічних галузей (фармацевтична, біотехнологічна, виробництво нових матеріалів, оборонна, авіакосмічна та інформаційно-комунікаційних технологій) припадало 80% усіх створюваних науково-технічних альянсів і 20% – на середньотехнологічні галузі (виробництво інструментів та медичного обладнання, побутової електроніки, автомобілебудування, хімічну).

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Дослідженню стратегічних альянсів як конкурентної стратегії ТНК присвячували свої роботи такі видатні зарубіжні дослідники, як Б. Гарретт Дж. Даннінг, П. Дюссож, Р. Уелборну, В. Кастен, Г. Хеймел, А. Інкпен і Б. Сімонін, Т. Дас, Б. Тенг, С. Кумар і А. Сетх. Динаміка стратегічних альянсів детально аналізується в роботах П. Віндрума, І. Доза, М. де Ронда, А. Піка. Особливості мереж стратегічних альянсів виступали як предмет досліджень Б. Когута, Р. Берта і Дж. Коулмана.

У сучасній економічній літературі тема стратегічних альянсів уже отримала певний розвиток і традиційно розглядалася в контексті розвитку міжфірмових виробничих кооперацій. Проте недостатньо уваги приділено особливостям розвитку стратегічних альянсів на ринку високотехнологічної продукції.

Метою статті є виявлення тенденцій та особливостей розвитку стратегічних альянсів ТНК на ринку високотехнологічної продукції та уточнення методів підвищення ефективності їх застосування для поліпшення конкурентних позицій ТНК.

Виклад основного матеріалу. Стратегічні альянси являють собою гнучкі механізми співпраці між фірмами, що дозволяють більш ефективно використовувати сильні сторони учасників, вирішувати стратегічні завдання, зміцнювати конкурентні переваги кожної із сторін за рахунок спільного управління ресурсами. За допомогою альянсів великі та середні фірми швидко адаптуються до змін у технологіях, здійснюють технологічні прориви на стиках галузей, долають кордони країн і економічних союзів, освоюють закордонні ринки збуту, розділяючи з партнерами ризики і вигоди.