

РОЗДІЛ 1 ТРАНСКОРДОННІ РИНКИ: СПІВРОБІТНИЦТВО І КОНКУРЕНЦІЯ

1.1. Транскордонне співробітництво і конкурентне середовище

За сучасних умов розширення процесів глобалізації зростає роль транскордонного співробітництва (ТКС) регіонів та відкриваються нові можливості для активізації господарської діяльності на периферійних територіях й підвищення їх конкурентоспроможності. Наприкінці минулого століття регіональна політика ЄС перейшла до нової парадигми – від застосування механізмів ліквідації диспропорцій регіонального розвитку шляхом міжрегіонального перерозподілу ресурсів до мобілізації природно-ресурсного потенціалу територій і застосування принципу субсидиарності. Цей підхід був використаний суміжними прикордонними регіонами Європи, які налагодили взаємні контакти між державними регіональними органами влади, органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями, суб'єктами господарювання територій, об'єднуючи зусилля для вирішення спільних проблем, і від співробітництва за окремими транскордонними угодами перейшли до співробітництва в рамках єврорегіонів. Німеччина, Польща, Чехія та інші країни створили єврорегіони по всьому периметру своїх кордонів, що зумовлювалося, зокрема, поглибленням євроінтеграційних процесів та удосконаленням механізмів фінансування регіонального розвитку в ЄС. Основні пріоритетні напрями фінансової підтримки ЄС базувалися на загальних засадах просторового облаштування європейського континенту, прийнятих Радою Європи, і передбачали підвищення координованості та узгодження розвитку суміжних прикордонних територій сусідніх країн шляхом розробки концепцій спільного розвитку транскордонних регіонів. Таким чином, з метою виявлення спільних проблем і пошуку ефективних шляхів їх вирішення почалися **системні дослідження транскордонних регіонів як бази розвитку транскордонного співробітництва.**

Україна також включилася в процес розвитку транскордонного співробітництва, зокрема, у його найвищій організаційній формі – єврорегіонів. Були створені "Карпатський єврорегіон", єврорегіони "Буг", "Нижній Дунай", "Верхній Прут", "Дніпро" та "Слобожанщина". Цей процес триває – готуються проекти щодо створення єврорегіонів – "Дністер" (Вінницька та Одеська обл., Молдова), "Сян" (Львівська обл., Підкарпатське воєводство Польщі), "Земплін" (Закарпатська обл., Кошицький край Словаччини), "Ярославна" (Сумська обл., Курська обл. Росії). Транскордонне співробітництво та співпраця в рамках єврорегіонів сприяє розвитку інтеграційних процесів у культурній, освітній,

економічній, комунікаційній та інших сферах, має властивість прискорювати процеси вирівнювання якості життя населення прикордонних територій, приводити її до середньоєвропейського рівня та сприяти досягненню вільному переміщенню товарів, капіталів і людей через кордон. Воно забезпечує мобілізацію місцевих ресурсів та підвищення ефективності їх використання, робить можливим об'єднання зусиль для вирішення спільних проблем у транскордонному регіоні. Транскордонне співробітництво відіграє важливу роль як "полігон" для випробовування та адаптації європейського законодавства, інструментарію підвищення ролі регіонів, адаптації механізмів фінансової підтримки. Використання можливостей транскордонного співробітництва створює передумови забезпечення конкурентності та конкурентоспроможності прикордонних територій.

З другої половини ХХ століття регіони Європи вже не сприймаються лише як звичайні адміністративно-територіальні одиниці з сукупністю різних організацій, які діють у їх просторі. Вони значно посилили свій економічний та політичний статус. Регіональні органи державної влади та органи місцевого самоврядування стають все більш самостійними суб'єктами, що намагаються діяти самостійно, на власний розсуд. Поряд із державою, регіони намагаються забезпечити достатньо високий та зростаючий рівень життя своїм мешканцям. Це залежить, передусім від того, наскільки продуктивно використовуються національні / регіональні ресурси. За Портером М., єдине, на чому може базуватися концепція конкурентоспроможності на рівні країни – це продуктивність використання ресурсів¹. По аналогії, можна сказати, що конкурентоспроможність регіону визначається продуктивністю його ресурсів. У цьому випадку постають питання визначення ресурсів регіону; чинників, що впливають на рівень їх використання, та оцінки системи управління регіоном центральними та територіальними органами влади з огляду на забезпечення його конкурентоспроможності. Наступними кроками буде визначення де і якими конкурентними перевагами володіє територія, і як ефективно скористатися цими знаннями.

Для того, щоб відповісти на означені питання доцільно згадати, що сучасною методологічною основою соціальних та економічних досліджень стала нова парадигма розуміння того, що люди і їх розвиток є найважливішою сферою суспільного розвитку.

Зміна парадигми розвитку людської цивілізації пов'язана з формуванням постіндустріального суспільства, яке визначене

¹ Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. – М.: "Международные отношения", 1993. – 896 с.

американським соціологом Д. Беллом² як "суспільство, в економіці котрого пріоритет перейшов від переважаючого виробництва товарів до **виробництва послуг**, проведення досліджень, організації системи освіти і **підвищення якості життя**; у якому клас технічних спеціалістів став основною професійною групою і, що саме важливе, у якому впровадження нововведень...у все більшій мірі залежить від досягнення теоретичного знання...; яке передбачає **виникнення інтелектуального класу**, представники котрого на політичному рівні виступають у якості консультантів, експертів або технократів". У суспільстві, яке зараз формується, радикально змінюється відношення людини до власної діяльності, котра вже не визначається головним чином **зовнішньою матеріальною необхідністю**. Найважливішим явищем, яке характеризує цей процес є подолання праці як утилітарної активності і заміна її творчою діяльністю, що не мотивована матеріальними факторами. Даний процес пов'язаний з модернізацією системи людських цінностей і психологічних орієнтирів, і, судячи з усього, він не буде швидким. Саме оцінка сучасної трансформації як переходу від економічного суспільства до постекономічного, за визначенням Іноземцева В. дає основу для розуміння відповідного періоду як дуже довготривалого, і який **вимагає нових методів та механізмів управління господарським комплексом держави/регіону**³. Для постекономічного суспільства затрати матеріалів і праці не значно впливають на якість результату, якщо основним ресурсом при його виробництві виступають знання; подібний продукт виявляється не відновлюваним, а діяльність людини у такій мірі сприяє його інтелектуальному і духовному розвитку, що стає самодостатньою. Набуваючи статусу незалежної від затрат праці і матеріалів змінної, продукти творчої діяльності виявляються невичерпними і тому безмежними, а її істинний результат, що втілюється у розвиток людської особистості, – індивідуальним і який не можна відчужити. Постекономічна господарська система заперечує експлуатацію і приватну власність, а відношення обміну втрачають свою вартісну природу, що властива їм у економічну епоху⁴.

Закономірність цивілізаційного прогресу полягає у розвитку людини, її розумових здібностей – це безпосередня мета та цільова функція розвитку виробництва та суспільства у цілому. Це зумовлює зростання ролі гуманітарної сфери, постекономічних принципів суспільного розвитку,

соціальних та гуманітарних чинників економічного прогресу. Все це вимагає коригування загальної спрямованості трансформаційного процесу, надання йому сучасних цивілізаційних форм, використання таких шляхів та механізмів входження в світову систему господарювання, які б дали змогу скористатися позитивними наслідками глобального розвитку і, водночас, мінімізувати економічні, а особливо, соціальні труднощі. У сучасних умовах система управління економікою, суспільними процесами має спиратися на знання про стан і розвиток людського фактора. На попередніх етапах система управління і регулювання з боку держави спиралась, головним чином, на облік і регулювання товарно-матеріальних цінностей, а облік і регулювання людського фактора обмежувався рухом зайнятості, визначенням ступеня відповідності загальної та професійної підготовки потребам виробництва. В сучасних умовах ситуація змінюється докорінно. Щоб домогтися успішного розвитку економіки та суспільства держава має знати не лише стан розвитку людського фактора, але й створити умови для всебічного зростання знань працівників, для поширення і прояву творчих сил людини, її ініціативи. "Суспільний прогрес не можливий, якщо не реалізовані три ключові цілі людини: прожити довге і здорове життя; придбати, розширити та поновити знання; отримати доступ до засобів існування, що забезпечують достойний рівень життя"⁵. З цих позицій нами було дещо переглянуто поняття конкурентності та конкурентоспроможності щодо територій та вибору шляхів їх забезпечення.

Перед тим як перейти до розгляду конкурентоспроможності регіонів, звернемо увагу на те, що сучасна концепція конкурентоспроможності країни – потужний аналітичний інструмент, який оцінює як нації (країни) формують своє майбутнє. Ця концепція базується не лише на оцінці суто економічних показників, а й економічних наслідків важливих для стабільного зростання неекономічних явищ, таких як якість політичних процесів і управління суспільством, рівень освіти, наукова база, верховенство закону, культура, система цінностей та інформаційна інфраструктура⁶. Тобто конкурентоспроможність країни завжди включає свідомо керований довгостроковий аспект розвитку і її можна визначити як здатність країни досягти й підтримувати високі темпи економічного зростання, що виражаються у постійному прирості рівня ВВП на душу населення. Це те, яким чином нації створюють і підтримують середовище, що забезпечує конкурентоспроможність своїх економічних агентів. Зрештою, висока конкурентоспроможність країни сприяє високому рівню і якості життя населення.

² Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М., 1999.

³ Иноземцев В. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире. – М. 1998.

⁴ Иноземцев В. Расколота цивилизация. Наличествующие предпосылки и возможные последствия постэкономической революции. /гл. 1. Постэкономическое общество как идея и реальность – М., 1999.

⁵ Валентей С., Нестеров Л. Человеческий потенциал: новые измерители и новые ориентиры. : Вопросы экономики. – 1999. – № 2. – С. 90-102.

⁶ Полунев Ю. Конкурентоспроможність як національна ідея / Дзеркало тижня – 2005 – № 10 – 19 березня. – С.13.

⁷ Там само.

На наш погляд, згадані неекономічні явища значною мірою формуються на регіональному рівні, і конкурентне середовище залежить від якості управління територією (регіоном).

Конкурентності території приділяється значна увага, що зумовлено глобалізаційними процесами світової економіки і неоднозначним впливом їх на ситуацію у регіонах. Одні регіони виграють від глобалізації, а інші потребують передбачення у регіональній політиці відповідних механізмів підтримки їх конкурентоспроможності (субсидії, кредити, інвестиції в інфраструктуру, податкові пільги, фінансові стимули тощо). У цих умовах зростає роль регіональної політики, котра повинна бути спрямована на розширення повноважень регіонів, на надання їм необхідних важелів і засобів стимулювання економічного розвитку і партнерства із іншими регіонами і країнами. Співпраця з різними регіонами, яка активно розвивається в останні роки, відкриває широкі можливості для підвищення ефективності використання власних ресурсів регіонів, зокрема, для прикордонних територій дуже важливе є транскордонне співробітництво.

За своєю суттю транскордонне співробітництво передбачає різного роду контакти (зв'язки) людей, які, при певних обставинах, зумовлюють появу спільної діяльності. Можна систематизувати ці зв'язки по мірі зростання складності та умов їх здійснення.

1. Родинні контакти. Відбуваються завжди, не залежно від ступеня закритості кордону, хоча останнє має значний вплив на їх інтенсивність. Чим більше дозволів і затрат необхідно для перетину кордону, тим менша інтенсивність контактів.

2. Соціо-гуманітарні. В цю групу віднесені всі контакти, що відбуваються в сфері культури, історії, архітектури, освіти, науки, релігії, туризму, рекреації, взаємне надання послуг у сфері охорони здоров'я тощо.

3. Прикордонна торгівля – неформалізована купівля товарів та послуг на сусідніх територіях, передусім, для власних потреб.

4. Зовнішня торгівля товарами та послугами на прикордонних територіях – формалізовані експортно-імпортні відносини на прикордонних територіях.

5. Виробнича кооперація – співпраця у процесі виробництва товарів, наданні послуг та створенні матеріальних цінностей.

6. Спільні підприємства – формування спільних об'єктів в транскордонному просторі відповідно чинного законодавства сторін для виробництва продукції та надання послуг.

7. Транснаціональні компанії у прикордонних територіях. Спостерігається переважне розміщення підприємств компанії з обох сторін кордону (на невеликій віддалі) з тим, щоб потрапити у різні режими економічної діяльності та, по можливості, у межах транспортних коридорів.

8. Взаємодопомога у надзвичайних ситуаціях, у боротьбі з контрабандою, нелегальною міграцією – розробляється спільний план дій.

9. Спільне використання природних ресурсів, природоохоронні заходи. Екологічна безпека – розробляється спільна програма забезпечення екологічної безпеки.

10. Територіальне (просторове) планування та облаштування території. Як член Ради Європи Україна взяла на себе зобов'язання дотримуватися основних принципів та положень просторового розвитку на європейському континенті, зокрема, щодо транскордонних регіонів.

11. Спільне використання об'єктів інфраструктури – при високому рівні інтегрованості транскордонного регіону з метою підвищення ефективності об'єктів інфраструктури розробляються регулятивні механізми для спільного їх використання. Подібні механізми розробляються і для випадку спільної розбудови інфраструктури з подальшим її використанням.

12. Стратегія розвитку транскордонного регіону – охоплюються всі сфери життєдіяльності населення у єдиному (інтегрованому) просторі транскордонного регіону. Це найвищий рівень розвитку транскордонного регіону.

Співпраця формалізується шляхом підписання транскордонних угод або створенням єврорегіонів. Проте для нас на даний момент важливо розглянути не стільки співробітництво на суміжних територіях, скільки нас цікавитиме конкуренція на цих територіях.

У даному дослідженні термін "конкурентний" використовується як характеристика, що означає наявність конкуренції, здатності до "змагання", а відтак, можна вести мову про конкурентне середовище. Відсутність останнього створює умови для спотворення цінової політики, монополізації окремих ринків, нівелювання конкурентності.

Чому для нас важливо поняття "конкурентність"? Тому що для прикордонних територій, навіть при умові протекціоністської політики щодо вітчизняного виробника, об'єктивно існує конкурентне середовище на транскордонних ринках. Мешканці прикордоння задовольняють свої потреби не лише на власній території, а й на сусідній, тобто на транскордонних ринках⁸. Хоча це явище існує давно і спостерігається, без винятку, у всіх транскордонних регіонах світу (крім випадку повністю закритого кордону), для західних областей України – воно нове. Фактично, кордон був відкритий наприкінці 80-х років і мешканці прикордоння масово почали виїжджати для закупівлі товарів не лише у суміжні території, але й набагато далі – у інші країни. Це було зумовлене товарним "голодом", дефіцитом основних предметів домашнього вжитку і під час перших поїздок відбувалася закупівля товарів, переважно, для власних потреб, не для продажу. Згодом, розпочалася епоха "шопінг-туризму", яка продовжувалася до того часу, поки ринки України не почали

⁸ Мікула Н. Міжрегіональне та транскордонне співробітництво. Монографія. – Львів: ІРД НАН України, 2004. – 395 с.

наповнюватися товарами та послугами і не сформувалося конкурентне середовище. Тоді стало не вигідним одноосібно їздити за товаром і на ринку з'явилися перші дрібно-гуртові торговці.

В Україні майже відсутні економічні дослідження цього явища, хоча багато постсоціалістичних країн пройшли цей етап "тотального гендлярства". Проте кожна з країн виходила по-різному з цієї ситуації. Так, наприклад, Польща, для якої ці процеси розпочалися на початку 80-х років, підійшла з розумінням до гендлярства свого населення і, можна сказати, підтримувала самозайнятість людей. Єдиний патент, вартістю 200 дол. США на рік, і ніяких більше податкових зборів, ніяких дозволів, рекету. Податкова система Польщі також сприяла розвитку домашнього господарства – база прибуткового податку громадян зменшувалася на витрати, які йшли на капітальний ремонт помешкання чи купівлю квартири, автомобіля, комп'ютера, холодильника, плату за освіту тощо. Так, тут слід звернути увагу на духовний і культурний рівень поляків, що відіграли не останню роль в процесі становлення ринкової економіки. Однак, можна сказати, що держава в цілому була повернута обличчям до громадян, їх потреб (зокрема, наприклад система малого кредитування). Таким чином, за підсумками року нагромаджувався певний первинний капітал, який дозволяв сім'ї відкрити власну справу. Для порівняння станом на початок 2004 рік у Львівській області було зареєстровано порядку 50 тис. малих підприємств, а у Підкарпатському воєводстві, яке за загальними параметрами ідентичне Львівському – порядку 150 тис.

Водночас, у державі відбувалися трансформаційні процеси у виробничому комплексі, перехід його на вищу технологічну базу. Кошти, отримані від приватизації великих державних об'єктів йшли на технічне переоснащення промисловості, відкриття нових виробництв на території Польщі, **створення конкурентного середовища**. Лише після цього почалися вживатися заходи щодо захисту вітчизняного виробника. Це можна побачити на прикладі такого товару як телевізор. У поляків великою популярністю користувався кольоровий телевізор "Електрон", який вироблявся у Львові. Їх скуповували тисячами. Проте після запуску у Польщі власного виробництва телевізорів (на німецькій та японській базі), на їх ввіз було введено мито, розмір якого прирівнював вартість львівського телевізора до японського. Ввіз львівських телевізорів припинився без усіляких заборон – це стало не вигідним. Слід зауважити, що мито на львівський телевізор було набагато вище ніж на японський – більш якісний товар легше допускався на польський ринок.

Таким чином, конкурентне середовище прикордонного регіону визначалося й конкурентним середовищем сусідньої території. Цю ситуацію можна пояснити на рисунках 1.1. та 1.2. Якщо для внутрішнього регіону систему забезпечення благ можна умовно зобразити у вигляді повного кола з центром O (для спрощення пояснень ми замінили

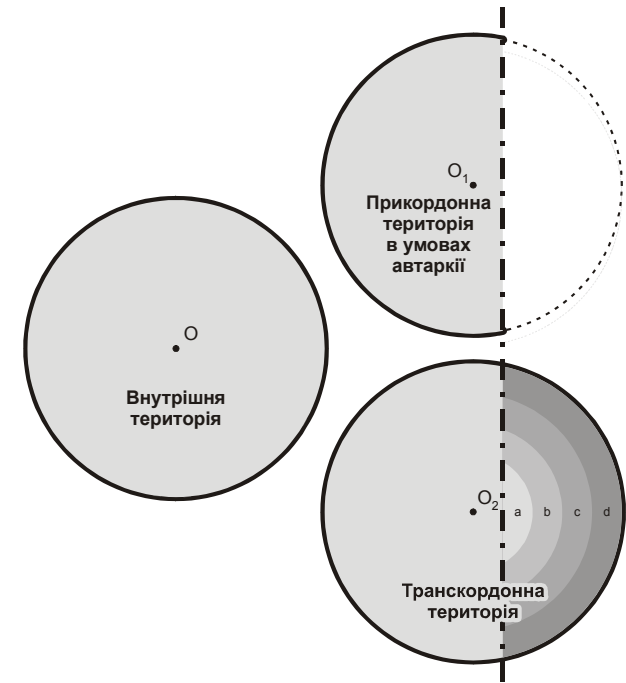


Рис. 1.1. Просторова локалізація забезпечення благами в прикордонних територіях

шестикутник решітки Кристаллера⁹ колом Тюнена¹⁰), то для прикордонного регіону це коло буде урізане лінією кордону (коло з центром O_1). Не залежно від ступеня закритості кордону, відбуваються контакти на рівні домашніх господарств (I рівень, сектор "a"), тобто люди здійснюють, як мінімум, родинні, поїздки і при тому можуть купувати окремі товари чи послуги для власного користування. При цьому ширина (площа) сектору "a" вказує на кількість контактів: чим більше контактів, тим більша площа, тим більше благ можна отримати на суміжній території і таким чином, урізане коло розширюється на сектор "a". Транскордонне співробітництво відбувається у своїй найпростішій формі, а саме "прямі контакти" і на цьому рівні немає ніяких взаємних зобов'язань і тому не підписуються угоди (коло з центром у т. O_2).

При поїздках з метою налагодження контактів щодо можливої співпраці

⁹ Гранберг А. Основы региональной экономики. – М.: ГУ ВШЕ, 2001. – 495с.

¹⁰ Тюнен Й. Изолированное государство в его отношении к сельскому хозяйству и национальной экономике. 1926.

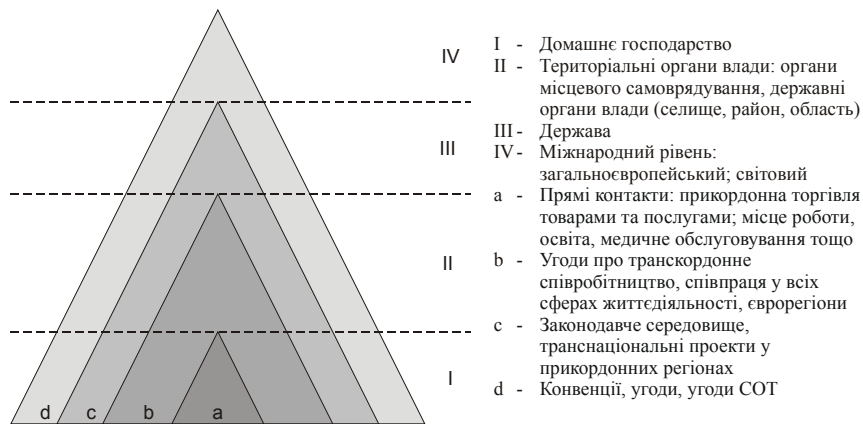


Рис. 1.2. Система забезпечення життєдіяльності населення прикордонного регіону в умовах розвитку транскордонного співробітництва

у будь-якій сфері (торгівлі, виробництва, транспорту, освіти, туризму та інших послуг), коли залучаються до співпраці багато осіб, громада на рівні селищної, районної чи обласної ради може укласти угоди щодо сприяння розвитку транскордонного співробітництва, або щодо визначених взаємних зобов'язань сторін (II рівень, сектор "b"). Таким зобов'язанням може бути, наприклад, взаємне визнання територіальних медичних страхових полісів для мешканців прикордоння. В цьому випадку розробляються механізми взаємозаліків по страхових зобов'язаннях лікарських установ, що знаходяться на території співпрацюючих сторін. Таких угод може бути багато у всіх сферах, а при виявленні спільних проблем і необхідності об'єднання зусиль для їх вирішення, виникає потреба не лише укладання окремих транскордонних угод, а створення організаційної структури з власними системами управління та фінансування – зокрема, євро регіонів. Таким чином, коло системи благ розширюється на суму секторів "a+ b".

Чим більше співпрацюючих транскордонних територій, тим більше виникає зобов'язань з боку держави щодо "опіки" над суб'єктами ТКС (III рівень, сектор "c") та забезпечення їм сприятливих умов для вирішення проблем територій. Тобто коло системи благ розширюється на суму секторів "a + b + c". В ці процеси включаються Рада Європи та ЄС, формуючи свою регіональну політику (IV рівень, сектор "d"), впроваджуючи загальноєвропейські пріоритети. Коло системи благ розширюється на суму секторів "a + b + c + d", яке при повністю інтегрованому транскордонному просторі співпадає з повним колом, як для будь-якого внутрішнього регіону.

Таким чином, представлена система життєдіяльності населення прикордонних регіонів вказує на розширення конкурентного середовища в межах транскордонного регіону, або на транскордонних ринках.

З визначенням конкурентності території виникає питання її конкурентоспроможності – тобто, потенційних можливостей перемагати в умовному змаганні між територіями за блага, які задовольняють потреби, сформовані цінностями, які поділяються мешканцями, що ідентифікують себе з регіоном. Ці блага можуть формуватися всередині регіону або залучатися ззовні.

Конкурентоспроможним можна бути не скрізь, а лише за окремими напрямами чи чинниками, на певних ринках. Тобто конкурентоспроможним у всьому не можна бути, важливо бути конкурентоспроможним у тому, що має значення для мешканців регіону та для суб'єктів господарювання і громадян інших регіонів/країн, з якими будуть підтримуватися економічні контакти, необхідні для задоволення потреб мешканців даного регіону. Фактично, мова йде про вибір пріоритетів, у яких дана територія має конкурентні переваги, посилення яких може привести до підвищення життєвого рівня населення, що є індикатором конкурентоспроможності регіону. Так, наприклад для прикордонних регіонів їхнє місце розташування є чи не найважливішим ресурс. Цей ресурс, в умовах автаркії, призводить до того, що територія значно відстає у своєму розвитку від внутрішніх регіонів країни, промисловість не розвивається, населення поступово зменшується. Водночас, при відкритій економіці, цей ресурс створює умови прискореного розвитку за рахунок транскордонного співробітництва, зокрема, коли сусідня територія є більш високо розвинена. Тобто, місце розташування може бути як негативним так і позитивним чинником соціально-економічного розвитку території, а при відповідних заходах зі сторони регіональних органів влади стати значною конкурентною перевагою.

Оскільки конкурентоспроможність є наслідком наявності конкурентних переваг, відповідно, необхідно прагнути їх створювати, підтримувати і розвивати. Конкурентні переваги регіону визначаються наступними групами факторів:

- 1) конкурентоспроможністю країни, до якої входить регіон;
- 2) природно-кліматичними, географічними, екологічними і соціально-економічними параметрами регіону;
- 3) підприємницькою та інноваційною активністю в регіоні;
- 4) рівнем відповідності (випередження або відставання) параметрів інфраструктури регіону міжнародним і державним нормативам;

5) рівнем міжнародної інтеграції і кооперування регіону¹¹.

Конкурентоспроможність є складним багаторівневим явищем і аналіз та його оцінку необхідно найтіснішим чином пов'язувати з конкретним конкурентним середовищем, і особливо, зі ступенем його інтеграції з зовнішнім середовищем. Проблеми взаємовідносин між регіонами, між центром і регіонами та всередині регіонів, завжди існували і будуть існувати у зв'язку із різною спрямованістю економічних інтересів.

Важливо, що головним суб'єктом регіону є населення, оскільки саме тут люди реалізують свої економічні інтереси і задовольняють потреби. Як успіхи підприємства у конкурентній боротьбі, так і положення регіональної влади визначаються тим соціально-політичним кліматом, що сформувався у регіоні. Тому при визначенні конкурентоспроможності регіону слід враховувати критерії, які характеризують рівень і якість життя населення.

Розуміння того, що люди і їх розвиток є найважливішою сферою суспільного розвитку почало набувати все більшого розповсюдження і поступово матеріалізуватися у програмах національного розвитку. ООН на вимогу часу розробила і проаналізувала динаміку індексу людського розвитку. Цей індекс спирається на ряд показників: середня тривалість життя, рівень писемності та освіти, доход на душу населення. Це узагальнюючі показники. Так, щоб забезпечити зростання середньої тривалості життя, необхідно поліпшити добробут людини, тобто забезпечити її роботою, створити сприятливі умови для праці, задовільне медичне обслуговування, нормальні житлово-комунальні умови тощо. Дохід на душу населення свідчить наскільки повно задовольняються потреби людини у харчуванні, одязі, наскільки широко людина може користуватися благами культури та мистецтва, чи має можливості відпочити тощо. Для прикордонних регіонів є ще й своя специфіка, пов'язана з бар'єрними функціями кордону, що впливають на життєдіяльність населення, і що також треба враховувати в стратегії соціально-економічного розвитку держави та регіонів.

Більшість прикордонних територій у країнах Європи є менш розвиненими, ніж центральні, і регіональна політика ЄС спрямована на ліквідацію диспропорцій розвитку регіонів, підвищення життєвого рівня населення. Для України ситуація дещо інша, пов'язана з тим, що лише західні прикордонні території розвивалися зі специфікою периферійності – всі останні (у даний час прикордонні) розвивалися як внутрішні регіони країни. Поява кордону на цих теренах внесла суттєві корективи в життєдіяльність мешканців. Нівелювати наявність кордону, використати нові можливості при вирішенні проблем територіального розвитку прикордоння, забезпечити зростання життєвого рівня місцевого населення –

це основні цілі розвитку транскордонного співробітництва, які поряд з конкурентоспроможністю необхідно враховувати у регіональній політиці. Обґрунтування і подальша реалізація ринкової стратегії формування конкурентоспроможної економіки регіону можливі саме у рамках конструктивної регіональної політики.

1.2. Транскордонні ринки, їх стан та особливості

З огляду на те, що транскордонне співробітництво – це взаємні додаткові можливості підвищення якості життя, які використовуються постійно, доцільно визначити нові поняття транскордонних ринків, які задовольняють потреби мешканців регіонів з обох сторін кордону.

Транскордонні ринки – це об'єднані національні регіональні ринки товарів, послуг, капіталів, праці, якими неформально користуються громадяни сусідніх територій для задоволення власних потреб (домашнього господарства) в межах діючих національного та міжнародного законодавств.

Розглянемо транскордонний ринок товарів та послуг і як він впливає на конкурентоспроможність регіону.

Перш за все – це розвиток прикордонної торгівлі. На початку це була справді неформалізована прикордонна торгівля (1991-1994 роки), яка пізніше перейшла в стадію формалізованої експортно-імпоротної торгівлі окремими підприємцями та фірмами у транскордонному регіоні. Як би зневажливо не називали це явище ("човниковий" туризм, шопінг-туризм), але воно надало імпульсу розвитку багатьох сфер.

Для підтвердження цього скористаємося статистичною інформацією Польщі (в Україні такі дані відсутні). Торгівля на транскордонних ринках у 2002 році за статистикою Польщі становить 2,1% від її загального зовнішньоторговельного обороту, причому цей показник у зовнішній торгівлі Польща-Україна становить 12,3% (табл.1.1). Оцінити обсяги прикордонної торгівлі можна порівнявши їх, наприклад, з обсягами торгівлі Польщі з Україною (1,7%), Австрією (1,9%), Словаччиною (1,4%), Іспанією (2,2%) і багатьма іншими країнами Європи. Це свідчить про активність мешканців прикордонних регіонів щодо приватних закупівель на всій території транскордонного регіону.

Така ситуація спостерігається по всьому периметру кордону і напрямки потоків формуються відповідно з економічною ситуацією в кожній державі. Вчора більше українців їздило у Польщу, сьогодні поляки закупаються в Україні. Якщо взяти до уваги, що турист у Польщі у середньому витрачає 40 дол. США на особу, то у кризові періоди прикордонна торгівля за обсягами значно переважає цей показник, а в звичайних умовах витрати утримуються на цьому рівні (рис.1.3-1.8).

¹¹ Портер Майкл, Э. Конкуренция: Пер. с англ.: Уч. пос.- М.: Издательский дом "Вильямс", 2000. – 495 с.

Таблиця 1.1

Динаміка прикордонної торгівлі у зовнішній торгівлі Польщі

	2000		2001		2002	
	Обсяги, млн. zł	Частка,%	Обсяги, млн. zł	Частка,%	Обсяги, млн. zł	Частка,%
Польща						
Імпорт	213072,0	100	206253,0	100	224816,0	100
Прикордонна торгівля	3815,9	1,8	2813,6	1,4	2036,3	0,9
Експорт	137909,0	100	148115,0	100	167338,0	100
Прикордонна торгівля	8353,8	6,1	6021,6	4,1	6156,4	3,7
ЗТО	350981,0	100	354368,0	100	392154,0	100
Прикордонна торгівля	12169,7	3,5	8835,2	2,5	8192,7	2,1
Польща-Україна						
Імпорт	2064	100	1841	100	2003	100
Прикордонна торгівля	15,6	0,8	32,1	1,7	43,7	2,2
Експорт	3488	100	4115	100	4817	100
Прикордонна торгівля	901,8	25,9	809,3	19,7	792,1	16,4
ЗТО	5552	100	5956	100	6820	100
Прикордонна торгівля	917,4	16,5	841,4	14,1	835,8	12,3

Розраховано за ¹²

У цілому, частка прикордонної торгівлі у польському експорті переважає частку у польському імпорті, що вказує на значні обсяги закупівель іноземцями на польській території (німцями, українцями, чехами) (табл.1.2). Найбільше прикордонна торгівля здійснюється на польсько-німецькому, чеському та словацькому кордонах. З 2001 активізувалися білоруси, які порівняно з 1999 роком чотирикратно збільшили обсяги закупівель, переважно промислових товарів.

¹² Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej. – Warszawa: Główny Urząd Statystyczny. Rok LX Warszawa. 2003. – s.722 2. Ruch graniczny i wydatki cudzoziemców w Polsce oraz polaków za granicą w 2000 r. // <http://www.stat.gov.pl/serwis/nieregularne/ruch/index.htm>

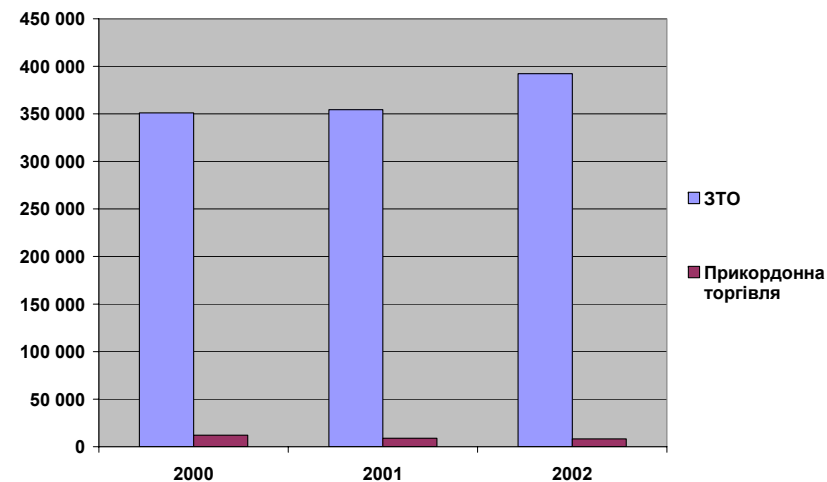


Рис. 1.3. Частка прикордонної торгівлі у зовнішньоторговому обороті Польщі, млн. zł.

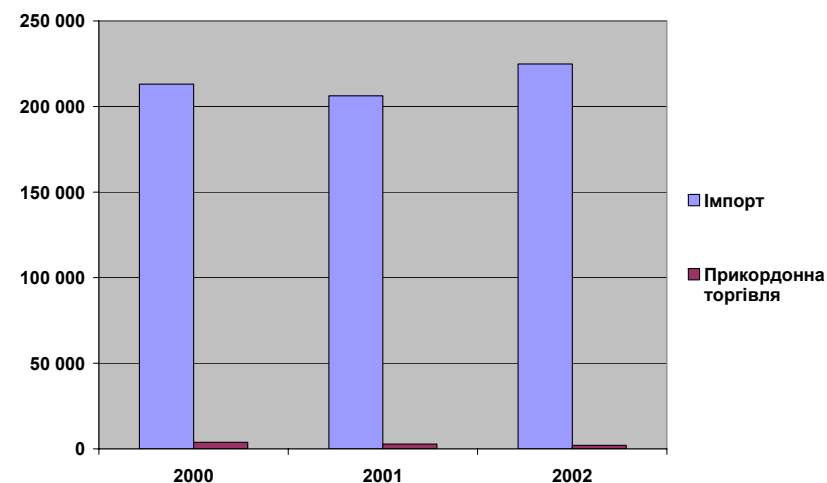


Рис. 1.4. Частка прикордонної торгівлі у польському імпорті, млн. zł.

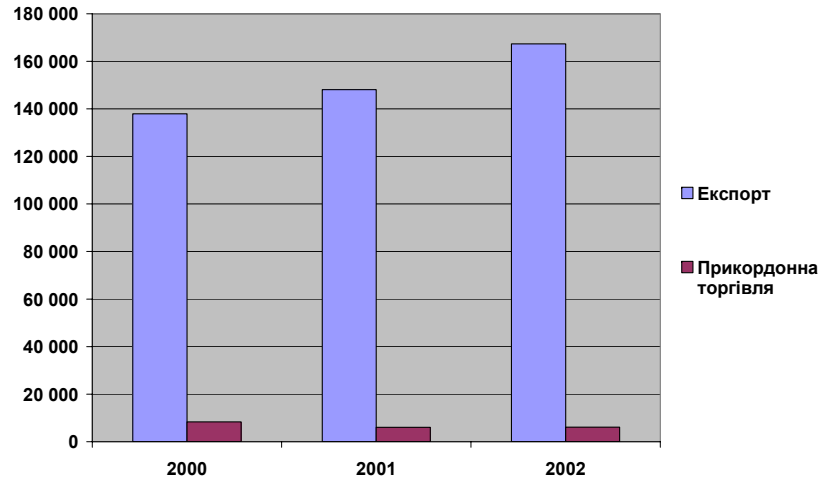


Рис. 1.5. Частка прикордонної торгівлі у польському експорті, млн. зл.

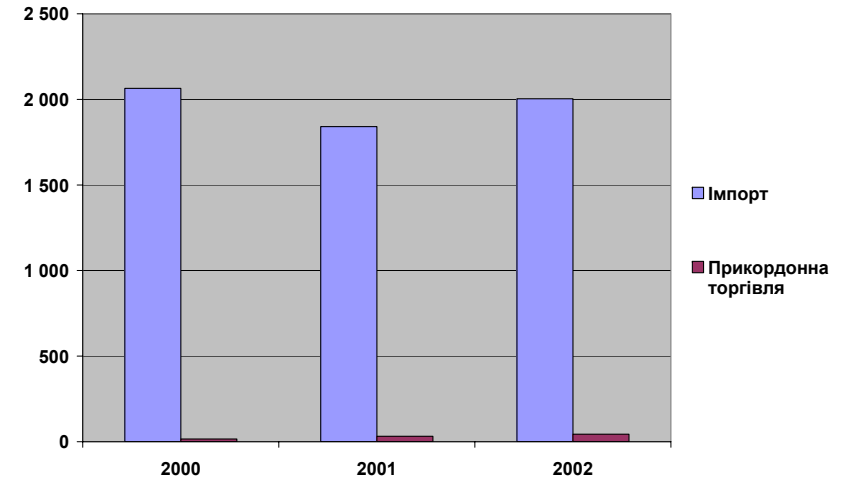


Рис. 1.7. Частка прикордонної торгівлі у імпорті Польща-Україна, млн. зл.

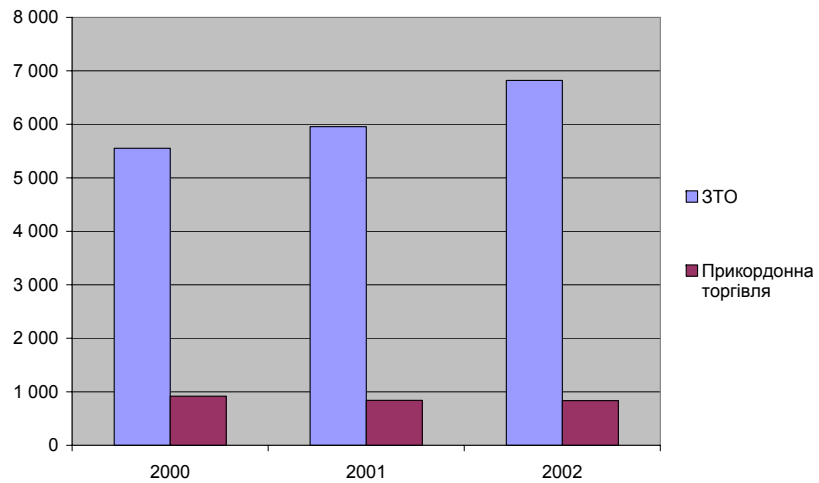


Рис. 1.6. Частка прикордонної торгівлі у зовнішньоторговому обороті Польща-Україна, млн. зл.

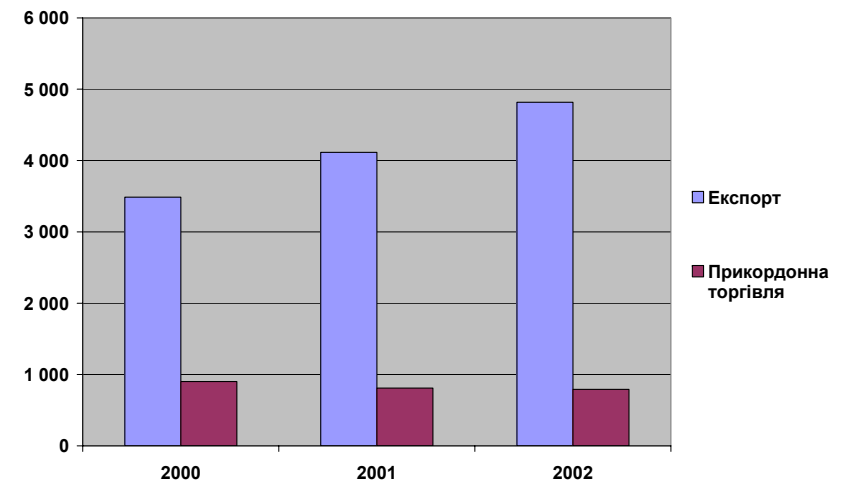


Рис. 1.8. Частка прикордонної торгівлі у експорті Польща-Україна, млн. зл.

Таблиця 1.2

Динаміка прикордонної торгівлі Польщі

	1999				2000				2001				2002			
	Продукти %	Промислові товари %	Послуги %	% серед прикордонних країн	Продукти %	Промислові товари %	Послуги %	% серед прикордонних країн	Продукти %	Промислові товари %	Послуги %	% серед прикордонних країн	Продукти %	Промислові товари %	Послуги %	% серед прикордонних країн
Витрати іноземців у Польщі	23,2	58,5	18,4	100,0	25,4	57,8	16,8	100,0	22,7	62,7	14,5	100,0	23,0	66,0	11,0	100,0
В т.ч. з прикордонних країн	24,9	58,5	16,6	79,3 / 100	26,4	57,8	15,8	83,3 / 100	23,3	65,0	11,7	78,4 / 100	23,4	68,1	8,2	77,8 / 100
Росії	19,0	73,0	7,9	1,4	29,0	59,6	11,3	2,1	23,3	68,6	8,2	2,2	31,3	61,3	6,5	1,0
Литви	16,9	73,9	9,2	1,3	19,3	68,2	12,6	1,1	12,2	72,6	15,2	2,0	6,2	83,5	10,3	2,7
Білорусії	17,5	79,8	2,7	8,9	23,4	75,6	1,0	14,4	16,6	81,4	1,6	35,7	13,6	85,5	0,9	42,6
Україні	33,6	61,6	4,7	13,8	36,2	54,6	9,2	10,8	35,5	55,9	8,6	13,4	31,9	61,8	6,3	12,7
Словаччини	9,3	87,5	3,2	2,9	12,7	82,1	5,2	4,0	12,5	81,8	5,7	2,3	10,9	79,6	9,5	2,0
Чехії	19,9	78,9	1,2	9,4	21,8	75,5	2,6	9,1	22,9	73,9	3,2	8,9	24,8	71,6	3,6	7,2
Німеччини	25,7	49,8	24,5	62,4	26,9	49,3	23,7	58,5	26,3	48,0	25,8	35,4	35,8	44,4	19,7	31,5
Витрати поляків за кордоном	40,7	35,2	24,1	100	32,3	29,5	38,2	100,0	41,3	27,8	30,9	100	42,4	26,0	31,6	100,0
В т.ч. у прикордонних країнах	48,3	41,0	10,7	75,9 / 100	41,6	33,8	24,5	72,7 / 100	47,8	31,7	20,5	73,7 / 100	52,0	30,2	17,8	72,9 / 100
Росії	68,0	28,7	3,2	2	59,5	38,2	2,3	1,9	51,2	45,2	3,6	2,2	43,5	54,7	1,8	2,9
Литви	32,5	21,4	46,2	0,3	18,4	25,2	56,3	0,3	18,1	46,6	35,3	0,7	17,3	16,1	66,5	1,2
Білорусії	46,5	24,8	28,7	0,7	57,9	36,0	6,1	0,4	47,9	40,1	12,0	0,7	51,7	46,2	2,1	0,7
Україні	70,1	12,2	17,7	0,4	59,0	13,5	27,6	0,4	44,5	12,1	43,3	0,8	36,4	30,2	33,4	2,1
Словаччини	54,0	5,1	40,9	7,9	40,0	3,8	56,2	17,5	44,1	5,4	50,5	17,8	37,7	3,6	58,7	15,0
Чехії	76,9	11,3	11,8	19,4	65,1	11,0	23,9	23,6	60,5	23,5	10,6	39,4	69,0	21,1	9,9	37,5
Німеччини	39,1	54,1	6,8	69,3	31,4	52,9	15,6	55,8	36,9	51,8	11,3	38,0	44,0	46,9	9,1	40,5

До 2002 року на території Польщі прослідковується також значне зростання обсягів закупівель промислової продукції і зниження обсягів послуг. В той же час, для поляків основними ринками є прикордоння Німеччини, Чехії та Словаччини. Аналіз прикордонної торгівлі також показав, що:

– видатки поляків у Німеччині і німців у Польщі збалансовані у порядковій шкалі, також вони збалансовані у структурі видатків іноземців у Польщі і поляків за кордоном в цілому;

– видатки українців у Польщі та поляків в Україні відрізняються майже на два порядки не на користь України,

– структура видатків, можна сказати, є прогресивною у німців (паритет послуг у співвідношенні із товарами), "нейтральною" у поляків і не ефективною у українців.

У цілому динаміка закупівель поляків для власних потреб за кордоном порівняно з 2000 років зменшувалася, проте, як очікувалося, у зв'язку зі вступом до ЄС напрям прикордонної торгівлі змінився і на даний час в Україну, Білорусію прибуває значно більше осіб, які витрачають валюту, здійснюючи закупівлі, передусім продовольчих товарів (за даними прикордонної служби у 2004 році в Україну прибуло майже вдвічі більше поляків ніж у 2002 році).

Щоб уникнути впливу негативних чинників такої зміни напряму прикордонної торгівлі та ефективно використати позитиви, доцільно було б вжити ряд відповідних заходів на регіональному рівні (сформувати відповідну політику транскордонного співробітництва в економічній сфері).

У цілому можна стверджувати, що мешканці прикордонних регіонів мають значно ширші можливості для отримання благ на свої доходи, ніж мешканці центральних регіонів держав. В даному випадку ми не зупинялися на негативних моментах прикордонної торгівлі.

Основне, нам було потрібно показати її значний вплив на життєдіяльність у всіх транскордонних регіонах, по всьому периметру кордону. Визначення прикордонної торгівлі в цілому як дещо негативне явище (такий окрас отримала прикордонна торгівля в Україні), на наш погляд, не є вірним. Це явище заслуговує більш детального дослідження та аналізу.

Враховуючи, що прикордонна торгівля товарами та послугами – це не формалізовані експортно-імпортні операції (в межах дозволених до ввозу-вивозу обсягах валюти), а купівля здійснюється за принципом придбання дешевшого, більш якісного товару (послуг) і те, що 76% території України є прикордонні, можна зробити висновок, що національний сукупний дохід формується не лише всередині держави, а й на суміжних територіях, як і конкурентоспроможність прикордонних територій.

Спробуємо уточнити зміст поняття прикордонна торгівля до котрого в Україні неоднозначне ставлення. У кризовий та трансформаційний період

завдячуючи журналістам замість прикордонної торгівлі почав вживатися термін "човникова" торгівля і дещо були зміщені акценти у розумінні її суті. Не дивлячись на те, що майже не має публікацій щодо економічних досліджень прикордонної торгівлі, на замовлення Європейської Комісії експертами Консорціуму "Bradley Dunbar Associates" та Центру підтримки бізнесу "Нюбізнет" у Львові за підтримки всіх офісів агенції регіонального розвитку у чотирьох партнерських регіонах (Львівська та Волинська області, Підкарпатське та Люблінське воєводства) проводилося дослідження як у Західній Україні, так і у Польщі впливу розширення ЄС на прикордонну торгівлю між Україною та Польщею (2002 р.). В основі цих досліджень лежав підхід до визначення прикордонної торгівлі у трьох характерних видах: як 1) дрібної "човникової" торгівлі мешканців прикордонних місцевостей (яку також називається "прикордонний обмін"); 2) організованої "човникової торгівлі"; 3) неофіційної чи "напівофіційної" торгівлі.

За їх визначенням, дрібні "човникові торговці" – громадяни, що мешкають у прикордонній місцевості та купують і продають дрібні партії товару під час поїздки через кордон. Друга – це "човникові торговці", діяльність яких більш масштабна та краще організована, які продають контрабандні та інші товари. Згідно наявних даних, базованих на дослідженнях та опитуванні представників туристичних компаній, у Західній Україні існує досить значна кількість людей, що займаються цією більш організованою торгівлею, оскільки саме вони працюють на насичення прикордонних регіонів контрабандними товарами, це зумовлено відсутністю виробництва певних товарів, до яких звикло місцеве населення, в Україні, меншим їх асортиментом у порівнянні з Польщею та економічною недоцільністю транспортування малих партій товару на великі відстані по Україні.

За підрахунками від 100 до 200 тисяч осіб було зайнято у цій торгівлі (дрібній та більш організованій "човниковій" торгівлі) до введення візового режиму з Польщею, більшість з них з Львівщини. Згідно даних опитувань, проведених у ході дослідження з працівниками Львівської регіональної митниці у Львові, жінки складають 50% тих, хто перетинав кордон пішки з метою продажу сигарет та алкоголю. Торговий оборот вважається досить незначним, від 5 до 10 мільйонів доларів на рік. Головними видами товарів, що вивозились до Польщі, є сигарети, алкоголь та бензин, ціна на які є значно нижчою в Україні.

Досить значна частка українського імпорту не декларується на митниці (близько 37% у 2002 та 35% у 2003 роках), хоча його об'єм зменшується. На думку представників ділових кіл, яких опитав Центр підтримки бізнесу "Нюбізнет", від 40 до 60% підприємств, що ведуть торгівлю з польськими партнерами, використовують в якійсь мірі такий вид неофіційної торгівлі. Також було проведено опитування на трьох пунктах перепуску через

кордон: Рава-Руська, Краковець та Шегині На основі даних відповідей респондентів були виділені наступні групи осіб, що виїжджають до Польщі:

1. Приватний підприємець. Як правило, виїжджає за кордон декілька разів на місяць і перебуває там кілька днів. Закуповує продукцію на суму від 500 до 2000 \$. Має середньомісячний дохід від 400 до 600 \$. У цю групу потрапляють "професійні" човники.
2. Представники торгівельних фірм. Виїжджають за кордон від кількох разів в місяць до кількох разів в рік на декілька днів переважно для контактів з партнерами і закупівлі продукції. Закуповують продукцію на суму від 1000 до 10000 \$. Мають середньомісячний дохід від 200 до 500 \$.
3. Представники невеликих виробничих фірм. Як правило, доволі рідко відвідують Польщу (кілька разів в рік) і проводять там від одного дня до тижня. Основна мета – контакти з партнерами. Закуповують продукцію на суму до 200 \$ (для власного використання) або до 10000 \$ (для виробничих цілей). Мають середньомісячний дохід від 100 до 500 \$.
4. Представники сфери послуг (наприклад, ресторани). Відвідують Польщу кілька разів в місяць; проводять там один-два дні для контактів з діловими партнерами. Майже не закуповують продукцію, а якщо купують, то на суму до 1000 \$. Середньомісячний дохід становить 200-500 \$.
5. Службовці. Відвідують Польщу кілька раз в рік протягом кількох днів. Закуповують продукцію на суму до 200 \$ для власного використання. Середньомісячний дохід від 70 до 150 \$.
6. Безробітні. Частота виїзду становить кілька разів на місяць на один-два дні. 55% з них вважає своїм основним доходом торгівлю з Польщею, при цьому середньомісячний дохід дещо більший, ніж у службовців і становить від 150 до 300 \$.

Респондентам було задане запитання – якою, на їхню думку, є основна мета поїздки громадян України, що перетинають кордон. Більшість опитаних (90%) вважає, що більше 50% тих, хто перетинає українсько-польський кордон, робить це з метою торгівлі. 60% респондентів вважає, що таких людей більше 80%.

Більше, ніж 60% респондентів на українсько-польському кордоні відповіли, що вони закуповують продукцію в Польщі. Однак, на запитання: "Скільки Ви витрачаєте?" 40% респондентів відповіло, що менше, ніж 200 доларів США. Таким чином, відокремлюються ті, хто закуповує продукцію для власного вжитку або дуже дрібної торгівлі. Приблизно 18% респондентів зазначило, що витрачають між 200 та 2000 доларів США. Ця група в більшості складається з "човників". Особи, які витрачають більше, в основному закуповують обладнання та матеріали для виробничих потреб.

На нашу думку, з описаних вище груп лише службовці займалися прикордонною торгівлею, всі останні здійснювали експортно-імпортні

операції у прикордонних регіонах – їх діяльність декларувалася і обкладалася податками, за винятком контрабанди, тобто товари та послуги включалися у офіційну статистику зовнішньої торгівлі.

Виділяючи прикордонну торгівлю як закупівлю товарів та послуг для власних потреб – отримуємо постійно існуюче явище не залежно від цивілізаційного розвитку держави та кризових ситуацій. Преференції СОТ стосуються саме такого виду прикордонної торгівлі і регулюють обсяги валюти, які можна вивозити/ввозити для власних потреб, кількості та видів товарів, які можуть перевозитися через кордон без мита тощо. "Човники" – тимчасове явище, яке, як показує досвід, зменшується у процесі стабілізації економіки держав (див. табл.1.1.). А контрабанда та напівофіційна торгівля – це справа митних органів та служби безпеки держави. У боротьбі з таким явищем є досить багато і економічних механізмів, наприклад, система оподаткування доходів фізичних осіб. Так, податкова система Польщі створює всі умови для того, щоб населення само себе утримувало і збагачувалося. Вже згадувалося про зменшення бази прибуткового податку поляків на всі витрати, направлені на власний розвиток. Це має й інший ефект. Таке зменшення бази оподаткування відбувається при наявності підтверджуючих документів. Це стимулює громадян декларувати повністю свої доходи, розвивати домашнє господарство з однієї сторони, а з іншої – звертатися за послугами до сервісних фірм та фінансово-банківських установ, які в свою чергу будуть зацікавлені в легалізації своєї діяльності. Тим самим отримують розвиток малі та середні підприємства. При такій системі оподаткування українці не їздили б у Польщу навіть за товарами для власних потреб (від продуктів харчування до будівельних матеріалів, сантехніки, водопідігрівачів тощо), а купували б ці товари у офіційних дилерів польських фірм, щоб отримати відповідні підтверджуючі документи. Просте зниження ставки прибуткового податку, як зробила Росія та Україна, не дасть того ефекту, який отримується в існуючих умовах оподаткування у Польщі.

Закупівля товарів дрібними партіями підприємствами малого бізнесу створюють передумови прискореного асортиментного насичення товарного ринку, з широкою гамою якісних та цінових характеристик, розрахованих на споживача з середнім рівнем доходів. Високоякісний, дорогий товар завозиться в країну великими зовнішньоторговельними фірмами, і реалізується переважно у фешенебельних магазинах, супермаркетах, бутиках тощо.

До введення візового режиму ціни на товари в прикордонних регіонах по обидві сторони українсько-польського кордону були майже однакові (за виключенням алкоголю, тютюнових виробів та паливно-мастильних матеріалів). За сучасних умов ускладненого перетину кордону ціни на товари, переважно польського виробництва, які користуються більш високим попитом, порівняно з китайськими та турецькими виробами,

зросли майже вдвічі. Тобто, скорочення конкурентності транскордонних ринків призвело до значного зростання цін для українського споживача. При цьому спостерігалось зростання цін навіть при зміцненні гривні, що свідчить про значну реакцію транскордонного ринку товарів на будь-які зміни фінансового ринку.

Іншим напрямом, який розширив потенційні можливості населення прикордонних регіонів є функціонування транскордонного регіону як спільного ринку все можливих послуг. Це стосується як транспортних перевезень (особливо високим попитом користуються Варшавський та Будапештський аеропорти), дипломатичних установ та зарубіжних представництв, лікарняних, рекреаційних, туристичних, фінансових, інформаційних та інших послуг. Українці, угорці, словаки та поляки, взаємно отримують освітні, культурні, туристичні послуги. Для прикладу, з Перемишля чи Ярослава ближче приїхати до Львова в Оперний театр, ніж до Варшави. Туристичні путівки у Польщі дешевші, ніж у вітчизняних тур операторів. Висока ціна на стоматологічні послуги у Закарпатській області утримується попитом на них угорців. Таких прикладів є багато і, можна зауважити, що з різниці цін та якості послуг користуються, без винятку, у всіх транскордонних регіонах світу.

Таким чином, активізація та розвиток малого підприємництва та дрібно-гуртової торгівлі, особливо, у місцевостях, розміщених безпосередньо коло кордону, створення багатьох спільних підприємств та об'єктів ринкової інфраструктури – консалтингових, страхових, туристичних фірм та перевізників тощо, в значній мірі зумовлювалися прикордонною торгівлею і конкурентністю транскордонних ринків.

Третім напрямом можна вважати використання транскордонного регіону як спільного ринку праці. Не секрет, що на території сусідніх Польщі, Словаччини, Угорщини працюють багато людей у сільському господарстві, будівництві та на некваліфікованих роботах. Проте, користуються попитом і кваліфіковані працівники, а саме, вчителі іноземних мов, кандидати та доктори наук, програмісти та інші фахівці, які знайшли собі місце за спеціальністю у сусідніх теренах. Водночас, в Україні працює багато будівельників з Польщі, Угорщини, інших країн, а також консультантів, науковців та інших фахівців.

Четвертий напрям – це спільний інформаційний, інноваційний та навчальний простір. Фактична відсутність мовного бар'єру, технічна можливість телебачення, Інтернету, прискорені можливості наочного навчання, обмін досвідом, інновації і всіх сферах життєдіяльності – все використовується мешканцями прикордоння.

П'ятий напрям – використання спільних природних ресурсів, а саме, водних та гірських і узгоджене використання лісових та земельних, що зумовлює розвиток співпраці, необхідність отримання досвіду роботи у системі, підвищує ефективність менеджменту територій.

Як видно, вплив транскордонних ринків є досить значний на життєдіяльність окремого домашнього господарства, дрібного бізнесу та й у цілому на господарський комплекс території, а значить, держави.

У даній роботі ми лише визначили наявність значного впливу прикордонної торгівлі та транскордонних ринків на життєдіяльність прикордонних територій, їх конкурентоспроможність, проте кількісна та якісна оцінка цього впливу потребує окремих досліджень, як і застосування моделей міжрегіональної взаємодії. Так, хоча можна пояснити взаємовплив суміжних регіонів за допомогою оптимуму Парето у багаторегіональній системі, для прикордонних регіонів існує специфіка збільшення трансакційних витрат на отримання благ, які формально не обліковуються на кордоні. Ефекти міжрегіонального обміну прикордонних територій лежать поза ядром варіантів оптимального розвитку, що формується для внутрішніх регіонів. Складність полягає у тому, що прикордонна торгівля здійснюється без офіційного оформлення документів і необхідно отримати транскордонну статистику, яка дозволить змоделювати процеси, необхідні для такого дослідження.

1.3. Місце та роль інформаційного забезпечення транскордонних ринків

Входження України у європейську систему господарювання вимагає вивчення досвіду та безпосереднього дослідження європейських інтеграційних процесів, серед котрих вагому роль відіграє регіональна інтеграція – транскордонне співробітництво. Даний процес проходить на фоні значних темпів інформатизації, а у випадку України ще й в умовах безперервної адміністративної реформи, перебудови системи загальнодержавного та регіонального управління.

Використання сучасних систем інформаційного забезпечення органів влади та господарюючих суб'єктів, включаючи й зовнішньоекономічну діяльність та транскордонне економічне співробітництво, дозволить значно підвищити рівень державного управління соціально-економічними процесами, в тому числі процесами регіональної інтеграції, а саме транскордонним співробітництвом, та істотно наростити конкурентоспроможність економіки, що в результаті повинне забезпечити ріст якості життя населення.

Значення інформаційного забезпечення транскордонних ринків

Транскордонний обмін інформацією – передумова розвитку транскордонних зв'язків

Ефективна організація обміну інформацією набуває все більшого значення як умова успішної практичної діяльності людей у будь-якій сфері. Саме тому "чи не основним методологічним підходом до транскордонного

співробітництва є взаємна поінформованість і, за необхідністю, узгодженість планів розвитку сусідній прикордонних територій. Так наприклад узгоджують потужність митних переходів, графіки їхнього уведення в дію тощо. Взаємна поінформованість необхідна при реалізації великих інвестиційних проектів. Це зменшить можливість конфліктних ситуацій на кордонах"¹³. Крім того, необхідно врахувати, що будь-які "інтеграційні зв'язки неможливі без сучасної високоорганізованої системи інформатики..."¹⁴.

Розвиток ринкового середовища передбачає функціонування активних ринкових посередників, які перебирають на себе функції розвитку мереж зв'язку та інформаційного-рекламного обслуговування¹⁵. В напрямку забезпечення господарюючих суб'єктів інформацією активізується виставкова діяльність, яка окрім безпосередньо організації та проведення виставок, бере на себе функції підготовки та розповсюдження каталогів підприємств та інших інформаційних видань¹⁶.

Важливість інформації додатково підкреслюється у наукових матеріалах, спрямованих на пошук та розробку механізмів реалізації регіональної політики. "Відзначаючи позитивні зрушення в побудові моделі взаємодії між центром, регіонами і місцевістю, варто зазначити ряд нерозв'язаних проблем, які є бар'єром в реалізації принципів цієї моделі та засад місцевого самоврядування, визначених у Європейській хартії про місцеве самоврядування: 1.... 8. Не сформована належна система методичного, нормативного та інформаційного забезпечення місцевого управління. 9...."¹⁷. "У сфері методичного та інформаційного забезпечення моделі [необхідно] передбачити:..., створення методів і засобів збору, передачі, обробки, накопичення і видання статистичних даних про рівні розвитку регіонів та адміністративно-територіальних одиниць,

¹³ Долішній М., Беленький П. Регіональні основи транскордонного співробітництва // Регіональна економіка. – 1996. – № 1 2. – С. 54.

¹⁴ Лукинов І. Наукові основи регіонального розвитку і принципи регіональної політики // Матеріали третьої міжнародної наукової конференції "Проблеми економічної інтеграції України в Європейський Союз: регіональні і соціально-економічні аспекти", 14-16 вересня 1998 року, Ялта-Форос. – 390 с. – С. 244

¹⁵ Беленький П.Ю., Мікула Н.А. Підходи до формування концепції транскордонного співробітництва області // Проблеми транскордонного співробітництва в регіоні: Зб. наук. пр. / НАН України, Інститут регіональних досліджень; Редкол.: П.Ю.Беленький (відп. ред.) і ін. – Львів, 1995. – С. 4-13

¹⁶ Шеховцов О.В. Про виставочну діяльність та інформаційне забезпечення транскордонних економічних зв'язків. // Проблеми транскордонного співробітництва в регіоні: Зб. наук. пр. / НАН України, Інститут регіональних досліджень; Редкол.: П.Ю.Беленький (відп. ред.) і ін. – Львів, 1995. – С. 32-33.

¹⁷ Мельник А. Організаційні та економічні аспекти впровадження моделі "центр-місцевість" в практику регіональної політики України // Матеріали третьої міжнародної наукової конференції "Проблеми економічної інтеграції України в Європейський Союз: регіональні і соціально-економічні аспекти", 14-16 вересня 1998 року, Ялта-Форос. – С. 274-277.

комп'ютерних паспортів території"¹⁸. "... варто розглянути стан важливого елемента механізму реалізації регіональної політики – інформаційного забезпечення керівництва всіх рівнів для аналізу та прийняття рішень. Треба у зв'язку з цим відзначити, що існуюча регіональна статистика не задовольняє цих потреб. Це цілком ясно з розгляду змісту статистичного щорічника, який публікує Держкомстат України"¹⁹.

Стаття 70 Угоди про партнерство та співробітництво між Україною і Європейськими Співтовариствами, яка має назву "Регіональний розвиток", передбачає, що "сторони зміцнюють співробітництво в галузі регіонального розвитку" і "з цією метою вони сприяють обміну інформацією між національними, регіональними та місцевими органами влади з питань регіональної політики планування землекористування та методики формування регіональної політики". Стаття 74 цієї ж Угоди під назвою "Інформація та зв'язок" зазначає, що "сторони підтримують розвиток сучасних методів обробки інформації, в тому числі засобів інформації, та сприяють ефективному взаємному обміну інформацією. Першочергова увага приділяється програмам, які мають за мету ознайомлення широкої громадськості з основною інформацією про Співтовариство і Україну, включаючи, коли це можливо, взаємний доступ до баз даних на основі повної поваги до прав на інтелектуальну власність"²⁰.

Учасники транскордонного співробітництва та інформаційне забезпечення їх взаємовідносин

Як слідує з правової бази, можна виділити такі групи учасників транскордонного співробітництва:

– безпосередні учасники транскордонного співробітництва (фізичні та юридичні особи, які в процесі реалізації своїх прав вступають у відносини з нерезидентами, які розташовані у прикордонній території суміжних держав);

– органи, які сприяють розширенню та поглибленню цих відносин (органи регіонального та місцевого самоврядування і регіональних та місцевих державних адміністрацій та органи транскордонного співробітництва).

Таким чином, подальший аналіз буде здійснюватись у напрямку встановлення існування та реальної реалізації можливостей регіональних органів влади та органів транскордонного співробітництва сприяти розширенню та поглибленню відносин між безпосередніми учасниками

транскордонного співробітництва шляхом інформаційного забезпечення як безпосередніх учасників транскордонного співробітництва, так і інших органів, покликаних сприяти транскордонному співробітництву.

Учасники транскордонного співробітництва, в т.ч. потенційні, під час здійснення взаємодії з іншими учасниками транскордонного співробітництва постійно відчувають потребу у інформації щодо:

- правового регулювання взаємодії;
- інших суб'єктів взаємодії;
- предмету взаємодії.

Враховуючи те, що в отриманні такого роду інформації є зацікавлений кожен суб'єкт конкретної взаємодії, проблему інформаційного забезпечення учасників транскордонного співробітництва можна перекласти безпосередньо на самих учасників транскордонного співробітництва. Проте в такому випадку можна стверджувати, що територіальні органи влади та/чи органи транскордонного співробітництва не повною мірою використовують можливості, надані Статтею 2 Європейської рамкової конвенції про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями.

В процесі реалізації своїх прав учасник транскордонного співробітництва може взаємодіяти як з іншими безпосередніми учасниками транскордонного співробітництва, так і з органами, покликаними сприяти транскордонному співробітництву.

Відповідно регіональний орган влади та/чи орган транскордонного співробітництва (узагальнено названі органом сприяння транскордонному співробітництву) можуть здійснювати інформаційне забезпечення транскордонної взаємодії як з собою (варіанти 1,2,7,8), так і між третіми особами (Рис. 1.9). При взаємодії з собою орган сприяння транскордонному співробітництву забезпечує інформацією як себе (варіанти 1,8), так і партнера (варіанти 2,7).

Роль інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва

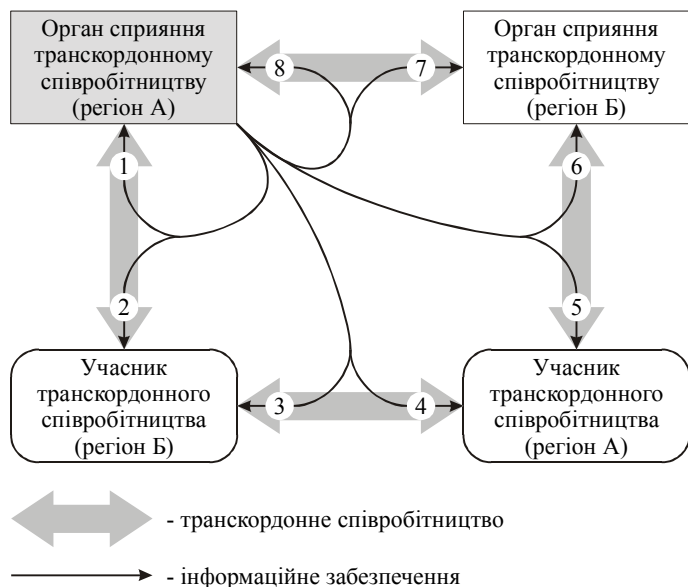
Перш за все необхідно визначитися: що являє собою інформація? Інформація (в загальному розумінні, як природне явище) – це багаторівнева система динамічних процесів взаємодії потоків даних (текстів) та структур (контекстів)²¹. Ці потоки переважно спричинюються з певною метою – метою суб'єкта впливу певним чином вплинути на об'єкт впливу. Суб'єкт впливу визначає характер свого наступного впливу залежно від результату попереднього, котрий стає можливим за рахунок зворотного зв'язку при одночасній зміні суб'єкт-об'єктних ролей – об'єкт впливу, реагуючи на вплив, сам стає суб'єктом зворотного впливу, а суб'єкт – об'єктом.

¹⁸ Там же.

¹⁹ Чумаченко М. Регіональна політика в Україні // Матеріали третьої міжнародної наукової конференції "Проблеми економічної інтеграції України в Європейський Союз: регіональні і соціально-економічні аспекти", 14-16 вересня 1998 року, Ялта-Форос. – С. 251-262.

²⁰ Угода про партнерство та співробітництво між Україною і Європейськими Співтовариствами та їх державами-членами (Угоду ратифіковано Законом № 237/94 ВР від 10.11.94)

²¹ Лачинов В.М., Поляков А.О. Информодинамика или путь к миру открытых систем. Издание второе, переработанное и дополненное. – Санкт-Петербург: Издательство СПбГТУ, 1999.



Види інформаційного забезпечення:

- 1 – інформаційне забезпечення органом сприяння транскордонному співробітництву самого себе щодо своєї взаємодії з учасником транскордонного співробітництва в сусідньому регіоні;
- 2 – інформаційне забезпечення органом сприяння транскордонному співробітництву учасника транскордонного співробітництва в сусідньому регіоні щодо їх взаємодії;
- 3 – інформаційне забезпечення учасника транскордонного співробітництва в сусідньому регіоні щодо взаємодії з учасником транскордонного співробітництва в тому ж регіоні;
- 4 – інформаційне забезпечення учасника транскордонного співробітництва в тому ж регіоні щодо взаємодії з учасником транскордонного співробітництва у сусідньому регіоні;
- 5 – інформаційне забезпечення учасника транскордонного співробітництва в тому ж регіоні щодо взаємодії з органом сприяння транскордонному співробітництву у сусідньому регіоні;
- 6 – інформаційне забезпечення органу сприяння транскордонному співробітництву у сусідньому регіоні щодо взаємодії з учасником транскордонного співробітництва в тому ж регіоні;
- 7 – інформаційне забезпечення органом сприяння транскордонному співробітництву органу сприяння транскордонному співробітництву у сусідньому регіоні щодо їх взаємодії;
- 8 – інформаційне забезпечення органом сприяння транскордонному співробітництву самого себе щодо своєї взаємодії з органом сприяння транскордонному співробітництву в сусідньому регіоні.

Рис. 1.9. Види інформаційного забезпечення за ознакою статусу суб'єктів транскордонної взаємодії

З огляду на те, що "транскордонне співробітництво означає будь-які спільні дії, спрямовані на посилення та поглиблення добросусідських відносин між територіальними общинами або властями" то роль інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва полягає у стимулюванні інформаційного обміну між суб'єктами транскордонного співробітництва з метою посилення та поглиблення добросусідських відносин між територіальними общинами або властями.

Які ж основні учасники транскордонного співробітництва? Глобально можна виділити наступні: А (administrations) – державні установи, органи влади; В (business) – підприємства; С (citizens) – населення; інколи окремо виділяють S (students) – студентство.

Коли говорять про інформаційну взаємодію, то виділяють наступні її види:

- A2A (administration-to-administration) – між органами влади;
- A2B (administration-to-enterprise) – між органами влади та підприємствами;
- A2C (administration-to-citizen) – між органами влади та населенням;
- A2S (administration-to-students) – між державними установами та студентами;
- B2B (business-to-business) – між підприємствами;
- B2C (business-to-consumer) – між підприємствами та споживачами.

Розглянемо, що може бути предметом інформаційної взаємодії по кожному з вищезазначених пунктів? Поряд з цим будемо звертати увагу на особливості, котрі виникають при транскордонному обміні інформацією.

Коли мова йде про взаємодію державних служб між собою чи з населенням та бізнесовими колами, переважно згадують про електронний уряд (e-government). Електронний уряд не варто розуміти як колишній уряд плюс Інтернет. Використання широкої множини інформаційних та комунікаційних технологій (ІКТ, ICTs – information and communications technologies), серед котрих Інтернет є найбільш видимою, у поєднанні з організаційними змінами, покращенням інформаційного забезпечення та інтерактивними послугами – саме це є електронним урядом²².

Систему електронного уряду можна розробляти у кожній країні незалежно, котра буде працювати у напрямку забезпечення потреб громадян та підприємств цієї країни. Ця система, розроблена з врахуванням унікальних національних традицій та бачення майбутнього, одночасно створюватиме незручності для громадян та підприємств у сусідніх країнах. Україна, рухаючись у напрямку євроінтеграції, повинна розуміти, що ЄС покриває

²² The Swedish Presidency of the European Union and the European Commission IDA Conference "eGovernment in the Service of European Citizens and Enterprises – What is required at the European Level". The Subject of eGovernment and eGovernance at the IDA-Conference. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://europa.eu.int/ISPO/ida/export/files/en/600.doc>.

величезну територію з культурним різноманіттям, на котрій кожна країна розвивала свою унікальну систему правил, традиції, практичні навички та методи роботи тощо, хоча на даний момент ці правила повинні діяти в межах єдиного ринку з повагою до прав вільного руху громадян, товарів, послуг та капіталу. Визначення того, що повинне бути зроблене для забезпечення населення та бізнесових кіл можливістю взаємодіяти електронно через кордони з державними службами сусідніх країн, має дозволити розвивати ці послуги хоча і з врахуванням національних перспектив, але також передбачаючи можливість скористатися ними із-за кордону. Крім того, необхідно враховувати, що інформація переважно несе в собі культурний контекст відповідно до національних особливостей, що може спричинювати виникнення потенційних бар'єрів при її використанні за кордоном. Таким чином, під час розробки таких систем, передбачаючи появу специфічних категорій суспільної інформації з неоднозначним чи незрозумілим трактуванням, необхідно подавати пояснюючу інформацію чи покажчики де можна знайти такі пояснення.

ЄС приділяє багато уваги розробці єдиного порталу з огляду на те, що: 1) європейці не можуть отримати бажану інформацію відносно складних але часто виникаючих ситуацій (беручи до уваги різні мовні та культурні передумови); 2) питання комфорту – люди не будуть користуватися послугами з-за кордону, коли вони є ускладнені; 3) угоди містять зобов'язання ЄС та урядів гарантувати фундаментальні свободи (в тому числі свободу пересування) європейців, а не підтримувати існування існуючих бар'єрів²³.

Серед основних вимог, котрі пред'являються до наповнення єдиного порталу ЄС, виділяють наступні²⁴:

- достовірність;
- повнота;
- легкодоступність;
- висока якість: наявність транскордонної інформації, зрозумілість для європейців з точки зору мови та культури.

Необхідно звернути увагу на те, що наповнення порталу повинно відповідати реальним потребам користувачів, а не бути направлене одночасно для всіх і для нікого. Крім того, варто звертати увагу на масштаб проблеми та величину цільової аудиторії, для котрої може знадобитися

інформація²⁵.

Не можна не згадати про те, що Європейський Союз на даний момент намагається розвивати так звані "пан-європейські послуги" (Pan-European services)²⁶. Актуальність даного питання полягає у тому, що існують сфери, для котрих більш ефективно організувати роботу, в тому числі й інформаційний обмін, на загальноєвропейському рівні.

Для прикладу, зайнятість та трудова мобільність: деякі частини Європи відчувають проблему у забезпеченні кваліфікованим персоналом у різних ключових секторах економіки в той час, коли інші стикаються з високим рівнем безробіття. Свобода жити та працювати за кордоном є основним правом громадян Європи. Наявність багатонаціональної робочої сили надає реальні переваги на конкурентному глобальному ринку. З огляду на те, що переїзд у іншу країну є значним кроком, історично склалося так, що брак готової доступної інформації щодо можливостей зайнятості на теренах всієї Європи був основною перешкодою мобільності. Враховуючи існування цих проблем, з метою сприяння співробітництву між Європейською Комісією, службами зайнятості, профспілками, спілками підприємців і регіональними та національними владами була заснована мережа EURES (Європейська служба зайнятості, European Employment Services), котра встановлює та надає централізовані джерела інформації, необхідної роботодавцям та працівникам для підвищення мобільності багатокультурних, багатомовних трудових ресурсів Європи. На даний момент це дозволяє країнам-членам ЄС співробітничати в напрямку полегшення переміщення робочої сили по всій Європі. Це забезпечується за рахунок баз даних, котрі містять: 1) перелік вакансій для кандидатів-іноземців; 2) деталі ринків праці та інформацію щодо умов проживання, освіти, оподаткування, системи охорони здоров'я та соціального страхування, можливостей перепідготовки тощо; 3) інформацію, котру вносять шукачі роботи (імена, рівень кваліфікації, деталі кар'єри тощо), яка допоможе роботодавцям шукати працівників відповідно до певних вимог. Ще одним питанням є транскордонні об'єднання, в котрих значна кількість людей проживає в одній країні, а працює за кордоном – у іншій. Ці транскордонні об'єднання сприяють поширенню вакансій та заявок, а також інформації щодо умов проживання та праці на цих територіях. Крім того, вони надають консультації щодо проблем, з якими стикаються "транскордонні робітники". Такі зв'язки вже існують між Німеччиною та Австрією, Німеччиною та Францією, Австрією та Італією; подібний обмін

²³ The need for pan-European services for citizens (e.g. on-line information, interactive services and portals for citizens). [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://europa.eu.int/ISPO/ida/export/files/en/693.doc>; <http://europa.eu.int/ISPO/ida/export/files/en/694.doc>; <http://europa.eu.int/ISPO/ida/export/files/en/696.doc>; <http://europa.eu.int/ISPO/ida/export/files/en/697.doc>.

²⁴ Там же

²⁵ Там же

²⁶ The Swedish Presidency of the European Union and the European Commission IDA Conference "eGovernment in the Service of European Citizens and Enterprises – What is required at the European Level". The Subject of eGovernment and eGovernance at the IDA-Conference. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://europa.eu.int/ISPO/ida/export/files/en/600.doc>.

встановлюється у прикордонних територіях Ірландії та Північної Ірландії, Португалії та Іспанії²⁷.

Іншим прикладом може бути підтримка зовнішньоекономічної діяльності, особливо малого бізнесу. Підприємство перед тим як вкладати кошти за кордоном з метою порівняння умов господарювання у різних країнах переважно цікавиться "інвестиційним кліматом" (інфраструктура, оподаткування, освітні установи відповідного профілю тощо), що дасть змогу прийняти правильне рішення щодо інвестування. Навіть для проведення зовнішньоторговельних операцій необхідно вивчити ринок іншої країни, а малий бізнес часто не має змоги самостійно проводити таке вивчення.

Можна наводити ще багато прикладів інформаційного забезпечення бізнесу та населення: правовий статус підприємства, система оподаткування, законодавство щодо охорони здоров'я тощо.

Важливим аспектом є підтримка правосуддя, особливо, коли в цей процес залучені представники різних країн: "транскордонні" розлучення, розірвання "транскордонних" договорів²⁸.

Протягом усього життя людина повинна контактувати (інформаційно взаємодіяти) з різноманітними державними установами (A2C). Це взаємодія з закладами охорони здоров'я, соціальними службами, закладами освіти, службами зайнятості, податковими службами. Виділяють такі пункти інформаційної взаємодії A2C²⁹:

- отримання та подання загальної інформації для нових громадян;
- звітність по прибутковому податку з громадян;
- послуги служб зайнятості;
- послуги соціального страхування;
- страхування здоров'я.

Крім того, окремо виділяють інформаційну взаємодію між державними установами та студентством (A2S)³⁰:

- отримання та подання загальної інформації для нових студентів;

²⁷ EURES network underpins labour mobility. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://europa.eu.int/ISPO/ida/jsp/index.jsp?fuseAction=showDocument&parent=whatsnew&documentID=343>.

Preliminary Study for the Implementation of a Portal for the EU Administration. Part 1. Inventory of existing and/or planned information resources. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://europa.eu.int/ISPO/ida/export/files/en/733.doc>.

²⁸ Preliminary Study for the Implementation of a Portal for the EU Administration. Part 1. Inventory of existing and/or planned information resources. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://europa.eu.int/ISPO/ida/export/files/en/733.doc>.

²⁹ Benchmarking of electronic service delivery in the public sector. Executive Report. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://europa.eu.int/ISPO/ida/export/files/en/855.doc>.

Benchmarking study assesses e-government best practices. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://europa.eu.int/ISPO/ida/jsp/index.jsp?fuseAction=showDocument&parent=whatsnew&documentID=464>.

³⁰ Там же

– зарахування студентів;

– інформація щодо освітньо-кваліфікаційного рівня.

Підприємці постійно перебувають у стані інформаційного обміну з різноманітними державними установами (A2B). Ще до початку своєї підприємницької діяльності необхідно ознайомитися з правовими основами господарювання, особливо при відкритті підприємства за кордоном. Процедури реєстрації підприємств вимагають інформаційної взаємодії з декількома державними службами. Протягом діяльності підприємство повинне періодично подавати звітну інформацію в різноманітні контролюючі органи. Таким чином, виділяють такі пункти інформаційної взаємодії A2B³¹:

- реєстрація нового підприємства;
- податкова звітність;
- звітність з соціального страхування;
- статистична звітність.

Багато державних служб активно залучені у багатьох сферах суспільних справ, а інформація, котра є істотним ресурсом, можна сказати, навіть, однією з основних продуктивних сил для кожної з цих установ, необхідна для виконання цими органами їх суспільної функції. Крім того, різні державні служби часто оперують схожою інформацією, а результат обробки інформації однією службою є важливим ресурсом для іншої, що і обумовлює необхідність обміну даними між державними органами (A2A). Брак координації в сфері управління інформацією призводить до: адміністративного перевантаження громадян, підприємців, адміністрацій; втрат ефективності і часу в межах установ; неоптимальної підтримки політики; більш високих можливостей шахрайства тощо³². Важливо зауважити, що основна частка труднощів носить організаційний характер, а не технічний³³.

Говорячи про електронний уряд часто згадують про "внутрішньо-конторські системи" ("back-office systems"). Під цим терміном розуміють інформаційні системи різних державних установ, котрі взаємодіють між собою для задоволення потреб третіх осіб (у бізнесі під цим терміном розуміють інформаційні системи різних складових однієї комерційної структури, котрі взаємодіють між собою). При розробці таких систем, особливо з огляду на транскордонний обмін інформацією важливо враховувати так звану "основну проблему взаємодії" (the main

³¹ Там же

³² Frank Robben, Emmanuel Quintin. A model for electronic data exchange in the public sector. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: <http://europa.eu.int/ISPO/ida/export/files/en/704.ppt>; <http://europa.eu.int/ISPO/ida/export/files/en/705.doc>.

³³ eGovernment in the service of European citizens and enterprises – what is required at the European level. Conclusions at the conference, 14 June 2001. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://europa.eu.int/ISPO/ida/export/files/en/717.doc>.

interoperability problem), котра може бути зменшена при розробці єдиних протоколів обміну даних та стандартів метаданих³⁴.

Розроблена чотирьохстадійна модель оцінки рівня завершеності електронного інформаційного обміну між державними службами та їх "клієнтами" (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Чотирьохстадійна модель оцінки рівня завершеності електронного інформаційного обміну³⁵

Стадія	Критерій відповідності стадії
1 стадія	Просте діалогове забезпечення інформацією щодо державних служб
2 стадія	Обмежена взаємодія – зв'язок, котрий дає можливість завантажити форми документів
3 стадія	Інтенсивний зв'язок з двосторонньою взаємодією, включаючи обробку та автентифікацію форм
4 стадія	Можливість повної обробки транзакцій, в тому числі процесу прийняття рішень та механізму оплати

В табл. 1.4 зазначено мінімальні стадії, необхідні для забезпечення ефективної інформаційної взаємодії з державними службами з врахуванням транскордонного аспекту.

Інформаційне забезпечення ринкової взаємодії

Однією із важливих функцій інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва є розвиток систем поширення інформації про підприємства та пропонувані ними товари та послуги.

Незважаючи на те, що на перший погляд дана функція є чисто технічною, успішність її реалізації залежить від повного і вірного розуміння ролі інформації в забезпеченні ефективної ринкової взаємодії.

Окрім наукової інформації, яка, безумовно, відіграє надзвичайно важливу роль у організації діяльності суб'єктів господарювання, існує значний обсяг неорганізованої інформації, яку неможливо назвати науковою, – інформації, яку Ф.А. фон Хайек називає "знанням особливих умов місця і часу". Невірно вважається, що такого роду інформація є не лише даними (параметрами), але й даною – тією, якою володіє будь-який

³⁴ Theme paper – Norway. eGovernment at Community level: The technological potential and the means to establish interoperability and access to services. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://europa.eu.int/ISPO/ida/export/files/en/710.doc>.

³⁵ Benchmarking study assesses e-government best practices. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://europa.eu.int/ISPO/ida/jsp/index.jsp?fuseAction=showDocument&parent=whatsnew&documentID=464>.

Benchmarking of electronic service delivery in the public sector. Executive Report. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://europa.eu.int/ISPO/ida/export/files/en/855.doc>.

суб'єкт ринкової взаємодії³⁶.

Таблиця 1.4

Взаємодія з адміністраціями з врахуванням транскордонного аспекту³⁷

Види взаємодії з адміністраціями		Стадії завершеності електронного інформаційного обміну	
		Національний рівень	Транскордонний рівень
A2B	реєстрація нового підприємства	4	4
	податкова звітність	1	4
	звітність з соціального страхування	1	4
	статистична звітність	1	2
A2C	отримання та подання загальної інформації для нових громадян	3	3
	звітність по прибутковому податку з громадян	1	4
	послуги служб зайнятості	3	3
	послуги соціального страхування	2	4
	страхування здоров'я	2	4
A2S	отримання та подання загальної інформації для нових студентів	2	3
	зарахування студентів	4	4
	інформація щодо освітньо-кваліфікаційного рівня	2	3

Дану тезу Ф.А. фон Хайек повторює неодноразово: "Деякі помилкові звички закралися в математичний аналіз ринкового процесу і часом вводять в оману навіть досвідчених, добре підготовлених економістів. Поширена, наприклад, практика посилатися на "існуючий стан знання" і на інформацію, доступну учасникам ринкового процесу, як на щось "дане" чи "задане" (іноді навіть користуються плеоназмом "задані дані"), ніби припускаючи, начебто це знання існує не тільки в розсіяному виді, але що воно може цілком зосередитися в якому-небудь одному розумі. Це не

³⁶ Hayek F.A. The Use of Knowledge in Society / American Economic Review. – XXXV. – No. 4 (September, 1945). – P. 519-530.

Hayek F.A. Economics and Knowledge / Economica. – 1937. – IV. – P. 33-54.

³⁷ Benchmarking of electronic service delivery in the public sector. Executive Report. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://europa.eu.int/ISPO/ida/export/files/en/855.doc>.

дозволяє прояснити характер конкуренції як процедури відкриття. У таких трактуваннях ринкового порядку підносять як "проблему", що підлягає вирішенню, то, що в дійсності ні для кого на ринку проблемою не є, оскільки вирішальні фактичні обставини, від яких при існуючому порядку речей залежить ринок, нікому не можуть бути відомі. І проблема не у використанні даного в повному обсязі знання, а в тому, щоб знанням, що не доступно – і не буває доступним – ніякому окремому розуму, знанням, що існує у фрагментарному і розсіяному виді, усе-таки зуміли скористатися численні взаємодіючі один з одним індивіди. Інше ж становить проблему не для учасників ринкового процесу, а для теоретиків, що намагаються пояснювати їхню поведінку"³⁸.

Немає змісту обговорювати, що зробить суб'єкт ринку, володіючи повною інформацією, в той час коли основним завданням є найкраще використання інформації, якою володіють реальні учасники ринку"³⁹, а економічна проблема суспільства – "проблема використання знання, яке нікому не дано в усій його повноті"⁴⁰. Тобто, спосіб зробити інформацію якомога доступною є основною проблемою інформаційного забезпечення ринкової взаємодії.

Перш за все необхідно зрозуміти, що ринок починається не з моменту торгів, а з часу усвідомлення суб'єктом господарювання (фізичною особою або керівництвом юридичної особи) можливості успішної діяльності-взаємодії на тому чи іншому ринку. При цьому з'являється потреба попередньої оцінки ринку, задовольнити яку можна за допомогою збору та аналізу фонові інформації.

Фонова інформація – інформація, яка допомагає орієнтуватися у певному середовищі, виробляти стратегію діяльності, визначати напрями, в яких варто прикладати зусилля. До фонові інформації відносимо інформацію про стан та перспективи розвитку економіки території (країни, регіону) чи галузі, зокрема, інформація про сучасний стан та імовірні зміни в інституціональній структурі економіки, інформація про програми підтримки розвитку галузей чи територій, інформація про наявність об'єктів інфраструктури тощо.

Після загальної оцінки умов господарювання економічний суб'єкт приймає стратегічне рішення виходу на ринок в ролі продавця чи покупця і розпочинає збір цільової інформації.

Цільова інформація – інформація, яка безпосередньо стосується

предмету ринкової взаємодії. Цільова інформація, на відміну від фонові, є конкретною. До цільові інформації необхідно відносити інформацію про конкретні ринки (умови діяльності на даному ринку, обсяг даного ринку, характеристики конкурентної боротьби на даному ринку, суб'єкти даного ринку, суб'єкти інфраструктури даного ринку), конкретних суб'єктів ринку (інформація щодо платоспроможності та надійності потенційного партнера), конкретний товар конкретного суб'єкту ринку (ціна та характеристики товару, умови зберігання та транспортування товарів, потреба в взаємодоповнюючих товарах, їх ціни та характеристики, для товарів тривалого використання умови гарантійного та післягарантійного обслуговування).

Кращі способи виготовлення товару, його особливості і способи його використання майже в однаковій мірі відомі всім учасникам ринку. Інформація про яку-небудь серйозну зміну поширюється так швидко, що обумовлює майже миттєве пристосування до неї, і звичайно просто не звертається увага на те, що відбувається в цей короткий перехідний період, а аналіз обмежується зіставленням двох положень майже-рівноваги, що існують до і після нього. Однак саме під час цих коротких і ігнорованих інтервалів діють і стають видимими сили конкуренції, а для пояснення настання того чи іншого стану рівноваги необхідно вивчати події саме в цьому проміжку"⁴¹.

Аналіз ринкового процесу свідчить, що його учасники не просто реагують на мінливу ринкову інформацію, а швидше всього виявляють пильність щодо можливих змін, що лежить в основі підприємливості – характеристики підприємця (суб'єкта, що приймає рішення), яка дозволяє отримувати прибутки за рахунок пильності до інформації, яка може свідчити про існування ніким раніше не зауважених можливостей"⁴². У такий спосіб підприємець отримує конкурентну перевагу: за рахунок більш швидкого отримання інформації, кращого її розуміння (чи взагалі здатності її зрозуміти) і оперативнішого реагування на неї.

Поведінка суб'єктів ринкових відносин на ринку, спрямована на отримання конкурентної переваги, здатна забезпечити негайне використання знань про конкретні обставини часу і місця. Проте "люди на місцях" не можуть приймати рішення винятково на підставі обмеженого, нехай і глибокого, знання фактів зі свого найближчого оточення. Залишається ще проблема передачі їм такої додаткової інформації, яку вони потребують для того, щоб вписати свої рішення в загальну картину змін більш широкої економічної системи"⁴³. Мова йде про фонову інформацію,

³⁸ Хайек Ф.А. Пагубная самонадеянность [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: http://www.libertarium.ru/libertarium/1_lib_conceit_06

³⁹ Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок. – М.: Изограф, 2000. – 254 с. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://www.libertarium.ru/libertarium/10063>

⁴⁰ Hayek F.A. The Use of Knowledge in Society / American Economic Review. – XXXV. – No. 4 (September, 1945). – P. 519-530.

Hayek F.A. Economics and Knowledge / *Economica*. – 1937. – IV. – P. 33-54.

⁴¹ Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок. – М.: Изограф, 2000. – 254 с.

⁴² Киршнер И.М. Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ. под ред. проф. А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 239 с.

⁴³ Hayek F.A. The Use of Knowledge in Society / American Economic Review. – XXXV. – No. 4 (September, 1945). – P. 519-530.

яка описує тенденції не лише на ринках та в галузі, учасником яких є певний суб'єкт господарювання, але й на суміжних ринках та галузях, що дасть можливість більш повної оцінки перспектив розвитку.

Велика невизначеність обумовлює більшу винагороду за інформацію. І незважаючи на те, що прийнято вважати, що економічний суб'єкт змінює свою поведінку внаслідок зміни ситуації на ринку, поведінка партнерів та конкурентів може залежати від сил, що знаходяться за межами окремого ринку, що й вимагає від економічного суб'єкта для передбачення майбутньої ситуації на своєму ринку намагатися отримати інформації і з суміжних ринків⁴⁴.

Таким чином пильність до змін на ринку та володіння фоновою інформацією про загальні тенденції розвитку суміжних ринків, галузей, територій створюють передумови для більш повного та ефективнішого використання наявних ресурсів як з точки зору господарюючого суб'єкта, конкуруючого на даному ринку, так і з точки зору суспільства взагалі.

Особливо важливою для підвищення ефективності господарювання є цінова інформація, яку називають також кон'юнктурною⁴⁵, – інформація, яка є найдоступнішою на ринку.

Система цін являє собою механізм передачі інформації. Особливо важливо звернути увагу на те, що інформативну функцію система цін виконує зі значною економією інформації, яка повинна бути засвоєна та застосована. В стислій символічній формі передається лише найсуттєвіша інформація і лише тим, кого вона стосується⁴⁶. Тобто, для розуміння функцій ринків та цін, їх необхідно розглядати як інструмент, що постачає зацікавленим у певному товарі наявну інформацію у стислій, концентрованій формі⁴⁷. Ефективність системи цін при такому підході залежить не від оптимальності розподілу ресурсів в точці рівноваги, а від успішності породження ринковими силами мимовільних рефлекторних корекцій в моделях розподілу ресурсів, притаманних періодам порушення рівноваги⁴⁸.

Hayek F.A. Economics and Knowledge / *Economica*. – 1937. – IV. – P. 33-54.

Хайек Ф.А. Контрреволюция науки. Этюды о злоупотреблениях разумом. – М.: Фонд "Либеральная миссия", 2003. – 288 с.

⁴⁴ Эрроу К.Дж. К теории ценового приспособления // Вехи экономической мысли / Под ред. В.М.Гальперина. – СПб.: Экономическая школа. 1999. – Т.2. Теория фирмы.

⁴⁵ Винарик Л.С., Щедрин А.Н., Васильева Н.Ф. Информационная экономика: становление, развитие, проблемы. / НАН Украины. Институт экономики промышленности. – Донецк, 2002. – С. 206

⁴⁶ Hayek F.A. The Use of Knowledge in Society / *American Economic Review*. – XXXV. – No. 4 (September, 1945). – P. 519-530.

Hayek F.A. Economics and Knowledge / *Economica*. – 1937. – IV. – P. 33-54.

⁴⁷ Хайек Ф.А. Контрреволюция науки. Этюды о злоупотреблениях разумом. – М.: Фонд "Либеральная миссия", 2003. – 288 с.

⁴⁸ Кирцнер И.М. Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ. под ред. проф. А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 239 с.

Будь-які події, які відбуваються у світі, можуть вплинути на прийняття рішення. Ціновий механізм дозволяє не турбуватися про всі ці події та всі можливі їх наслідки. Суб'єкт ринку, слідкуючи за коливаннями цін, може адекватно відреагувати на події, які йому невідомі і можливо ніколи не стануть відомі. Єдине, що повинно турбувати, – це зміни цін на ринках товарів, які впливають або можуть вплинути на ефективність його господарювання, і лише в тій мірі, в якій вони впливають⁴⁹. Зрозуміло, що кожен суб'єкт господарювання залежно від своїх можливостей та ступеню впливу змін на окремих ринках на ефективність його господарювання визначає низку ринків, за якими ведеться спостереження. Якщо суб'єкт, який спостерігає за "далеким" ринком, з метою отримання додаткового прибутку за рахунок володіння цією інформацією реагує на зміни в ньому своєю поведінкою на ринку, учасником якого він є, то лише цим він інформує інших учасників ринку і вказує їм напрям для оптимізації їх поточної та майбутньої діяльності.

Підтвердженням даної тези є уривок з книги Едвіна Лефевра "Спогади біржового спекулянта": "Стояв ринок биків, і акції групи, у яку входило "Золото Гайани", належали до числа лідерів ринку. Компанія одержувала гарні прибутки і регулярно виплачувала дивіденди... Спочатку усе йшло чудово. Але потім компанія почала просідати. Акції упали на десять пунктів. І це було б нормально, якби пул продовжував успішне розміщення акцій. Але незабаром по Уолл-стріт поповзли слухи, що справи в компанії зовсім погані і золотодобування ніяк не виправдує колишніх розрахунків засновників. Отут, звичайно, усім стала зрозуміла причина, з якої ці акції пішли вниз. Але ще до того, як причини стали відомі, я уловив сигнали тривоги і вжив заходів для перевірки стійкості цих акцій. Вони поведилися зовсім так само, як акції "Честер моторс". І я їх продав. Ціна пішла вниз. Я продав ще. Ціна ще знизилася. Це була класична динаміка акцій компаній, що гинуть, з якими я неодноразово мав справу. Стрічка зрозумілою мовою говорила мені, що щось тут не так і що інсайтери не бажають купувати власні акції. Тільки увяють – інсайтери, яким зрозумілі причини, що роблять небажаною покупку власних акцій на ринку биків. Тим часом інші, не знаючи деталей і нічого не розуміючи, продовжували купувати тому, що раз ці акції продавалися по 45 і вище, то 35 і нижче – це низька ціна. До того ж і дивіденди ще продовжували виплачувати. І нарешті, правда вийшла назовні. Я довідався про новини раніш, ніж публіка в цілому, як, власне, звичайно і буває з важливою ринковою інформацією. Звістка про те, що прохідники уперлися не в багату золоту жилу, а в порожню породу, було поясненням поведінки інсайдерів, що давно почали скидання власних

⁴⁹ Hayek F.A. The Use of Knowledge in Society / *American Economic Review*. – XXXV. – No. 4 (September, 1945). – P. 519-530.

Hayek F.A. Economics and Knowledge / *Economica*. – 1937. – IV. – P. 33-54.

акцій. Мене ця новина не спонукала до подальших продажів. Я продав усе, що хотів, набагато раніш, орієнтуючись тільки на поведінку акцій"⁵⁰.

Як видно з зазначеного уривку ціновий механізм фондового ринку передає від краще поінформованих учасників ринку (в даному випадку інсайдерів) інформацію, правильне використання якої дозволяє оптимізувати свою діяльність іншим учасникам ринку "орієнтуючись тільки на поведінку акцій", тобто не володіючи інформацією щодо істинних причин такої поведінки.

Таким чином, ринок, точніше ринковий процес конкурентних торгів, формує індекси цінності для осіб, що приймають рішення. Здатність ринку дешево продукувати високоякісну інформацію є однією з його важливих, хоча й найменш визнаних, заслуг. Посередники є важливими учасниками цього процесу: брокери та професійні торговці є спеціалістами в організації ринків, і, як наслідок, у створенні цінної інформації. Незалежно від їх мотивів вони своєю діяльністю надають інформаційні послуги, що сприяють підвищенню добробуту інших учасників ринку в значно більшій мірі, ніж останні схильні це усвідомлювати⁵¹.

Тобто, поки досвідчені підприємці діють на ринку і поки вони пильні до мінливих, унаслідок їхньої ж діяльності, цін, ринковий процес буде йти в нормальному руслі. Ці підприємці будуть повідомляти іншим учасникам ринку ринкову інформацію, яку останні самі не здатні придбати. Конкуренція між підприємцями змусить їх робити продавцям з низькою ціною пропозиції про покупку за цінами більш високими, ніж ці продавці вважали за можливе запитувати. Підприємці, конкуруючи один з одним, також будуть продавати покупцям, що дають високу ціну, за цінами, більш низькими, ніж ці покупці вважали за можливе пропонувати. Поступово конкуренція і між підприємцями-покупцями, і між підприємцями-продавцями зуміє довести до учасників ринку правильну оцінку намірів інших учасників щодо купівлі-продажу⁵².

Таким чином, конкурента поведінка суб'єктів ринку сприяє підвищенню координації діяльності господарюючих суб'єктів різних ринків, що дало можливість стверджувати, що "конкуренція є процесом формування думки: шляхом поширення інформації вона створює єдність та узгодженість економічної системи... Вона формує думки людей про те, що найкраще та найдешевше, і все, що вони знають про сприятливі можливості, відомо їм саме завдяки їй"⁵³. До схожих результатів прийшов і Бруцкус, який стверджував, що "капіталістичне суспільство в ринкових цінах дає наказові

директиви всім організаторам виробництва і наказує їм регулювати згідно цих цін свої витрати"⁵⁴.

Система цін – одне з утворень, що людина навчилася використовувати, не маючи про неї ні найменшого поняття. З її допомогою став можливим не тільки поділ праці, але і скоординоване вживання ресурсів, засноване на рівномірно розділеному знанні, тобто "у системі, де знання значимих фактів розпилено серед безлічі людей, ціни можуть координувати розрізнені дії різних осіб"⁵⁵, а діяльність підприємців, промоутерів, спекулянтів та інших ринкових посередників забезпечує цілісність ринку⁵⁶.

Локалізація ринку, точніше визначення меж, в яких даний ринок можна вважати цілісним, тобто єдиним, є важливим питанням просторової організації господарської діяльності.

Межі ринку певного товару визначаються тим, на яку відстань можна його возити і при цьому розраховувати на те, що ціни здатні покрити всі витрати, пов'язані з цим перевезенням. В даному судженні найбільш очевидними з усіх видів витрат є витрати перевезення, тобто транспортні витрати. Зрозуміло, що межі ринку залежать від товару, точніше його транспортабельності, та від просторового розташування суб'єкта ринку. Транспортабельність товару залежить від самого товару та від рівня розвитку транспортної інфраструктури.

Аналогічною є ситуація з витратами на пошук ринкової інформації, зокрема Дж. Стіглер стверджує, що "транспортні витрати є прототипом усіх торгових витрат: витрат придбання знання про продукти й інших продавців, перевірки якості... Інформаційні витрати є витратами транспортування від неущта до всевідання"⁵⁷.

Розвиток інфраструктури транспорту та зменшення матеріалоемності товарів обумовили як зменшення значимості транспортних витрат, так і, відповідно, розширення географічних чи просторових меж ринків. Зменшення важливості витрат на транспортування означає зростання важливості інших витрат, зокрема, витрат на пошук інформації та витрат, обумовлених інституційною структурою господарства.

Транскордонне співробітництво вимагає працювати в різних

⁵⁰ Лефевр Э. Воспоминания биржевого спекулянта [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://ek-lit.agava.ru/lef017.htm>

⁵¹ Хейне П. Экономический образ мышления. – М.: Издательство "Каталаксия", 1997. – 704 с.

⁵² Кирцнер И.М. Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ. под ред. проф. А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 239 с.

⁵³ Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок. – М.: Изограф, 2000. – 254 с.

⁵⁴ Бруцкус. Б.Д. Социалистическое хозяйство. Теоретические мысли по поводу русского опыта.

⁵⁵ Hayek F.A. The Use of Knowledge in Society / American Economic Review. – XXXV. – No. 4 (September, 1945). – P. 519-530.

Hayek F.A. Economics and Knowledge / Economica. – 1937. – IV. – P. 33-54.

⁵⁶ Мизес, Л. Человеческая деятельность. Трактат по экономической теории. / Перевод с 3-го, исправленного английского издания А.В. Куряева. – М.: ОАО НПО Экономика, 2000. – 878 с.

⁵⁷ Stigler G.J. Imperfections in the Capital Market // Journal of Political Economy 75 (June 1967), p. 291

Кирцнер И.М. Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ. под ред. проф. А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 239 с.

інституційних середовищах, видимою частиною котрих є правові середовища, зокрема митне регулювання. Тобто фонові інформація характеризується не лише ринково-галузевими ознаками, але й просторово-політичними, включаючи ще й мовну проблему. У такий спосіб інституційна структура господарства формує як формальні перешкоди для розширення ринку у вигляді мита та інших бар'єрів, так і неформальні у вигляді мови, традицій господарювання тощо.

Для зменшення негативних наслідків існування цих бар'єрів необхідне поширення інформації про них, певною мірою просвітництво.

Аналогічно як зменшення витрат на транспортування обумовлює розширення географічних меж ринків, зменшення витрат на пошук інформації сприятиме розширенню просторово-політичних чи просторово-інституційних меж ринків, що сприятиме формуванню єдиного ринку, який не є обмеженим територією однієї держави, і обумовить підвищення рівня координації діяльності господарюючих суб'єктів різних країн.

Тобто для формування єдиного ринку на певній території необхідна вільна циркуляція інформації⁵⁸, а "різноманітні шляхи передачі знання людям, що будують на його підставі свої плани, є центральною проблемою для будь-якої теорії, що пояснює економічний процес"⁵⁹.

Функція фонові інформації

За одним з підходів регіональної економіки територію (країну чи регіон) можна розглядати як квазі-корпорацію⁶⁰. Таким чином, все, що створюється на певній території можна умовно назвати товарами чи послугами даної території. Іншими словами, організації, які представляють регіон чи країну пропонують суб'єктам господарювання інших регіонів чи країн створювати ті чи інші господарські зв'язки – умовно можна сказати, що ці організації "продають" умови господарювання. Не торкаючись важливого питання "якості" умов господарювання, звернемо увагу на роль органів влади та інших організацій, які представляють регіон, у підвищенні поінформованості господарюючих суб'єктів щодо "якісних параметрів" умов господарювання, та на проблеми, які виникають при цьому. Під умовами господарювання розуміється наявність (чи відсутність) тих чи інших інститутів, які формують інституційну структуру, та інфраструктурних об'єктів.

Інститут – правила гри в суспільстві. Економічний інститут – інститут, який регулює взаємовідносини суб'єктів господарювання.

Основні риси інститутів⁶¹:

– інститути забезпечують передбачуваність результатів певної сукупності дій (як власних дій, так і подальшого ланцюжка реакцій на ці дії) і таким чином підвищують стійкість господарювання;

– інститути успадковуються завдяки притаманному їм процесу навчання. Навчання може проводитися спеціалізованою організацією або на рівні набуття досвіду під час практичної діяльності;

– інститутам притаманна система стимулів, без якої неможливе існування інститутів. Стимули можуть бути позитивні (винагорода за дотримання правил) або негативні (покарання за порушення правил);

– інститути забезпечують свободу та безпеку дій індивіда в певних межах;

– інститути зменшують трансакційні витрати.

Інституційна структура (інколи використовують термін "інституційне середовище") – певний впорядкований набір інститутів, що утворюють матрицю економічної поведінки та визначають обмеження для суб'єктів господарювання.

Інститути поділяють на формальні та неформальні. Неформальні інститути виникають з інформації, яка передається за рахунок соціальних механізмів, і є тією частиною спадку, яку називають культурою. Відповідно економічні інститути називають культурою господарювання. Формальні інститути виникають переважно на базі вже існуючих неформальних.

Правила, які визначають альтернативи для формування інших правил є глобальними. Дані правила становлять кістяк інституційної структури. Локальні правила – дво- або багатосторонні угоди, які укладаються між окремими економічними суб'єктами.

Інститути поділяють на зовнішні та внутрішні. Зовнішні встановлюють основні правила в економічній системі (наприклад інститут власності, інститут ринку, інститут фірми). Внутрішні створюють можливості взаємодії між суб'єктами, зменшуючи невизначеність та ризик і відповідно знижуючи трансакційні витрати (види підприємств, види договорів, платіжні та кредитні засоби, засоби накопичення тощо).

Інститути поділяють на системоутворюючі, які визначають вид економічного порядку, та інститути, які є складовими тієї чи іншої системи.

Інституційне середовище не є просто набором відповідних інститутів – його можна вважати інститутом вищого порядку. Воно окреслює основні напрями розвитку системи та визначає критерії, на основі яких проходить формування та відбір найбільш ефективних інститутів. Можна стверджувати, що інституційне середовище визначає напрям та швидкість інституційних перетворень.

⁵⁸ 50 лекцій по мікроекономіці. Учебник для ВУЗів в 2-х томах. – 2000. – Т.1 – 624 с.

⁵⁹ Hayek F.A. The Use of Knowledge in Society / American Economic Review. – XXXV. – No. 4 (September, 1945). – P. 519-530.

Hayek F.A. Economics and Knowledge / Economica. – 1937. – IV. – P. 33-54.

⁶⁰ Гранберг А.Г. Основы региональной экономики. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 495 с.

⁶¹ Кузьминов Я.И., Юдкевич М.М. Курс лекций по институциональной экономике [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: http://www.hse.ru/rector_net/lectures.htm.

Інституційна структура економіки будь-якої держави – це, насамперед, результат минулих дій держави та спонтанного еволюційного відбору найефективніших інститутів. Західні країни володіють стійкою інституційною структурою з розвиненими механізмами саморегуляції, що забезпечується ефективними ринковими інститутами. В країнах з нерозвиненими ринковими відносинами та з перехідною економікою ринкові інститути знаходяться в стадії формування або відсутні взагалі. Інституційна структура цих країн складається з інститутів, притаманних не лише ринковому порядку, що обумовлює виникнення конфліктних ситуацій. Ефективність взаємодії в таких економіках значно менша, ніж в ринковій економіці та, навіть, централізованій економіці, що спонукає державні органи в країнах з перехідною економікою занадто регулювати економічні відносини, що негативно впливає на темпи та якість формування відповідних ринкових інститутів. Виникає парадоксальна ситуація: необхідність державного втручання обумовлюється відсутністю ринкових механізмів, які не можуть виникнути та функціонувати в умовах державного регулювання. Дане явище спричинює тривалу нестабільність інституційної структури, тобто така інституційна структура не виконує одну з основних функцій інститутів – забезпечення стабільності та передбачуваності поведінки економічних суб'єктів.

В умовах нестабільності інституційної структури попередньо набуті знання та досвід починають відігравати все меншу роль. Тому особливо нагальною стає потреба у інформації щодо змін інституційної структури.

Схожа ситуація існує і щодо поінформованості суб'єктів господарювання про наявність об'єктів інфраструктури. Структурна перебудова економіки України, спричинена потребами виправлення спотвореної економіки радянських часів та вимогами побудови інноваційної економіки, обумовлює зникнення існуючих та появу нових об'єктів інфраструктури, що вимагає нарощення обсягів поширюваної інформації про неї.

Підсумовуючи все вищезазначене, можна стверджувати, що функції інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва полягають у:

– стимулюванні розвитку інформаційної інфраструктури, особливо прикордонних та транскордонних територій, яке передбачає створення правових, економічних, технічних умов для проведення ефективного інформаційного обміну між суб'єктами та учасниками транскордонного співробітництва;

– інформуванні бізнесових кіл та населення щодо питань транскордонного співробітництва та забезпеченні зворотного зв'язку.

Відповідно, функції інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва в економічній сфері, тобто в сфері ринкової взаємодії,

полягають у:

- створенні умов для обміну цільовою ринковою інформацією;
- формуванні та поширенні фонові ринкової інформації.

Визначення проблем інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва

Проблеми інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва в економічній сфері полягають у неналежному виконанні зазначених вище функцій. Тобто необхідно з'ясувати, які негативні наслідки, є результатом неналежних умов обміну цільовою ринковою інформацією та неналежного рівня забезпечення фонові ринковою інформацією.

Інформаційні проблеми полягають у:

- низькому рівні інформаційного забезпечення (невизначеність);
- нерівномірному інформаційному забезпеченні (інформаційна асиметрія).

Економічна теорія асиметричної інформації, як прикладна теорія, розвинена на сучасному етапі розвитку неокласичної мікроекономічної теорії, розвивалась для аналізу ринків з асиметричною інформацією. Таким чином, як підхід до економічного аналізу певної взаємодії необхідно дану взаємодію розглядати як ринкову.

В межах даного дослідження будь-які форми транскордонного співробітництва в економічній сфері будемо розглядати як ринкову взаємодію. Взаємодія між безпосередніми учасниками транскордонного співробітництва (імпорт, експорт, операції з давальницькою сировиною, прямі чи портфельні інвестиції, оренда та лізинг, франшизинг, інжиніринг тощо) однозначно трактується як ринкова взаємодія. Взаємодію між безпосереднім учасником транскордонного співробітництва та органом сприяння транскордонному співробітництву можна також трактувати як ринкову, якщо поглянемо на дану взаємодію як на процес надання послуги органом сприяння транскордонному співробітництву безпосередньому учаснику транскордонного співробітництва.

Основи теорії ринків з асиметричною інформацією викладені Нобелівським лауреатом Джорджем Акерлофом (George A. Akerlof). З огляду на те, що ціна попиту визначається як середня ціна, продавці високоякісних товарів забажають покинути ринок. Це пояснюється тим, що вони не бажають продавати цінні товари за середньою ціною. Першим негативним наслідком існування ринків з асиметричною інформацією є ефект "лимонів" – витіснення з ринку високоякісних товарів низькоякісними. При цьому, низькоякісний товар може бути настільки неякісним, що ціна пропозиції буде переважати ціну попиту, а, отже, товари

на даному ринку не будуть реалізовуватися зовсім⁶².

Існують також і протилежні ситуації, коли покупець володіє більшою інформацією, ніж продавець. Зокрема, дане явище існує на ринку страхових послуг.

Ефекти інформаційної асиметрії поряд з транзакційними витратами являють собою "дефекти мікроструктури" ринкової взаємодії суб'єктів економічної діяльності (в т.ч. транскордонного співробітництва), що спричиняють неоптимальне розміщення ресурсів⁶³. З метою зменшення зазначених негативних наслідків суб'єкти ринкової взаємодії намагаються різноманітними шляхами зменшити інформаційну асиметрію. Цьому сприяє:

- пошук інформації самостійно чи з допомогою третіх осіб;
- діяльність третіх організацій, які проводять сертифікацію товарів та послуг (при цьому особливо важливим є існування високого ступеня довіри до цих організацій);
- детальне зазначення в умовах контракту вимог до товарів з метою попередження постконтрактного опортунізму, що сприяє зменшенню ризику недобросовісності (практично неможливо застосовувати на ринках роздрібною торгівлі);
- інтерналізація інформаційних витрат;
- організація та персоніфікація ринку: на організованому та/чи персоніфікованому ринку суб'єкти взаємодії високо цінують свою репутацію і тому не будуть надавати недостовірної інформації (для підвищення ефективності дії даного чинника можливе надання гарантій на товари тривалого користування або використання різноманітних заходів попередження підробок за допомогою складних засобів пакування та маркування).

Далі нам необхідно з'ясувати, яким чином конкретні учасники транскордонного співробітництва намагаються зменшувати негативні наслідки інформаційної асиметрії, і визначити, яким чином регіональні органи влади та органи транскордонного співробітництва можуть сприяти даним процесам.

Також необхідно пам'ятати, що самі регіональні органи влади та органи транскордонного співробітництва, вступаючи у взаємодію з іншими учасниками транскордонного співробітництва, опиняються перед ризиком самим потрапити під негативний вплив інформаційної асиметрії.

Таким чином регіональні органи влади та органи транскордонного співробітництва повинні:

- використовувати засоби зменшення інформаційної асиметрії при взаємодії з іншими учасниками транскордонного співробітництва;
- сприяти використанню учасниками транскордонного співробітництва засобів зменшення інформаційної асиметрії при взаємодії між собою.

Самостійний пошук інформації

На всіх ринках, крім, можливо чітко централізованого, ситуація змінюється. З'являються нові учасники ринку, нові товари, змінюються ціни та умови поставки, змінюються додаткові умови (комплектація, гарантійне та постгарантійне обслуговування тощо). Зміна ситуації на ринку вимагає адекватного поновлення інформації щодо стану на ринку, що обумовило твердження, що "економічні проблеми виникають завжди в зв'язку зі змінами і лише внаслідок їх"⁶⁴.

Як наслідок, для отримання конкурентних переваг на ринку особливої важливості набуває "не стільки змістовне знання ринку, скільки пильність, "знання" про те, де шукати ринкову інформацію"⁶⁵.

Економічну теорію пошуку інформації розробив Нобелівський лауреат Джордж Стіглер (George Stigler)⁶⁶.

Чим більшим обсягом інформації володіє суб'єкт ринкових відносин, тим менший ступінь невизначеності і тим більш виважене рішення буде прийняте, та, відповідно, більший економічний ефект буде отриманий.

Проте, пошук інформації вимагає також коштів. Згідно правила оптимізації, пошук необхідно продовжувати до того часу, поки граничні витрати на пошук не будуть перевищувати граничний ефект від використання отриманої інформації. Згідно закону спадної граничної корисності: граничний ефект від використання інформації, скоріш всього, буде зменшуватися. Зрозуміло, що в даному випадку порівнюються не реальні витрати на пошук та ефект, а віртуальні чи розрахункові: реальні витрати на пошук можуть дещо відрізнятися від розрахункових, а ефект може бути як досить значним, так і нульовим.

Можна вважати, що очікувана економія від пошуку буде більшою при більших відмінностях на ринку, наприклад, щодо варіації цін чи інших умов.

Очевидно також, що економія буде більшою, чим про більшу кількість товару йде мова. Як наслідок, обсяг пошуку у великих учасників ринку буде більшим, рішення буде прийняте виваженіше, тобто ефективність ринкової взаємодії великих учасників ринку буде більшою, ніж у дрібних учасників ринку, що сприяє формуванню горизонтальних інтегрованих

⁶² Акерлоф Дж. Рынок "лимонов": неопределенность качества и рыночный механизм // THESIS. – 1994. – Вып. 6. – С. 91-104.

Akerlof GA. The market for "lemons": Quality uncertainty and the market mechanism // Quart. J. Econ. 1970. Vol. 84. P. 488-500.

⁶³ 50 лекцій по мікроекономіці. Учебник для ВУЗов в 2-х томах. – 2000. – Т.2 – 776 с.

⁶⁴ Hayek F.A. The Use of Knowledge in Society / American Economic Review. – XXXV. – No. 4 (September, 1945). – P. 519-530.

⁶⁵ Киршнер И.М. Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ. под ред. проф. А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 239 с.

⁶⁶ Стиглер Дж.Дж. Экономическая теория информации // Теория фирмы. / Под ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1995. – С. 507-529.

структур. Це дає підстави стверджувати, що другим негативним наслідком існування ринків з асиметричною інформацією є витіснення дрібних учасників з ринку.

Витрати на пошук інформації – це витрати часу та коштів. Зрозуміло, що час різні люди оцінюють по-різному: час заможних людей переважно дорожчий. Саме тому, заможніші люди для інформаційного забезпечення скоріш скористаються послугами третіх осіб, що буде розглянуто у пункті "Пошук інформації з допомогою третіх осіб. Інформаційна асиметрія взаємодії "принципал-агент". Крім того, за час пошуку попередньо отримана інформація може вже застаріти.

З огляду на те, що під час пошуку перш за все необхідно відфільтрувати суб'єктів економічних відносин за ознакою належності до множини реальних чи потенційних суб'єктів даного ринку, у випадку з унікальними товарами виникає сильний стимул локалізувати угоди з метою ідентифікації потенційних покупців та продавців. Тобто виникає потреба організовувати ринок: базари та торгівельні центри у випадку роздрібною торгівлі та біржі у випадку торгівлі великими обсягами. Плата за місце на ринку чи за право приймати участь у торгах на біржі (навіть в умовах відсутності обмеження заключати угоди за межами організованих ринків) яскраво демонструє цінність доступу до локалізованого ринку. Дані питання розглядаються у пункті "Організація та персоналізація ринку".

На характер пошуку впливає фактор часу, точніше кореляція даних щодо стану на ринку в різний час. Якщо кореляція, скажімо щодо цін, в різні періоди часу рівна одиниці (та позивна), то необхідно провести лише початковий пошук. При цьому, очікувана економія буде рівна дисконтованим ефектам від поточної та усіх майбутніх угод. Тому, в даному випадку обсяг пошуку буде досить значний. Якщо міжчасова кореляція відсутня, тоді очікувана економія буде рівна поточному ефекту. Зрозуміло, що реальний стан знаходиться між щойно описаними крайніми: якщо існуюча кореляція між даними, що характеризують ринок в різні періоди часу, є позитивною, то пошук буде більш об'ємним у початковий період.

Наявність позитивної кореляції між даними про параметри ринку, зокрема цінами, за різні періоди часу підтверджує широко поширену думку, що недосвідчені покупці платять на ринку більш високі ціни. Це обумовлено тим, що недосвідчені покупці не володіють накопиченою інформацією, і тому, навіть при оптимальному обсязі пошуку, вони в середньому заплатять більше. До того ж, коли суб'єкт вперше виходить на ринок, він, не володіючи жодною інформацією, не в стані оцінити навіть обсяг необхідного пошуку. Аналогічно можна стверджувати і щодо продавців: чим досвідченіший продавець, тим вищезначуща ціна, яку він пропонує, а це зменшує загальну варіацію цін.

З огляду на вищезазначене, можна стверджувати, що:

– чим більше витрат припадає на купівлю певного товару, тим більшу економію можна отримати від пошуку інформації і, відповідно, тим більшим буде обсяг пошуку;

– чим більша частка досвідчених продавців, тим більша кореляція між цінами в різні періоди;

– чим більша частка досвідчених постійних суб'єктів ринкових відносин, тим більшим є обсяг пошуку (при позитивній кореляції між даними щодо ринку в різні періоди);

– витрати на пошук тим більші, чим більшим є географічний обсяг ринку.

Тобто регіональні органи влади та органи транскордонного співробітництва сприяючи поширенню досвіду транскордонного співробітництва зменшують негативні наслідки інформаційної асиметрії.

Розглядаючи наявність розмаху значень цін та інших параметрів угоди, серед причин можна виділити той факт, що інформація має здатність застарівати. Умови попиту та пропозиції, а відповідно і ціни та інші умови, змінюються з часом. Крім того, необхідність пояснюється мінливістю множини продавців та покупців. На кожному ринку спостерігається поява нових суб'єктів, які, щонайменш на початках, будучи неналежно проінформованими, самою своєю присутністю зроблять інформацію досвідчених суб'єктів ринку неадекватною. Зокрема, на початках перехідного періоду спостерігався великий розмах цін на багатьох ринках, який можна пояснити високою мінливістю учасників ринку та нерозвиненістю ринкових інститутів, внаслідок чого поширення інформаційних сигналів, в тому числі цінових, майже не відбувалося, що різко підвищувало витрати на пошук інформації та, відповідно, негативно впливало на ефективність ринкової взаємодії⁶⁷. Більше того, даний процес загострювався інфляцією, яку Ф.А. фон Хайек називає "державною грошовою дезінформацією" тому, що "ігри з кредитно-грошовою політикою, яку проводили у ХХ столітті центральні банки майже всіх країн, стали постійними джерелом економічної дезінформації, що обумовлювали глобальну дискоординацію господарства, яка проявлялась зокрема в штучних коливаннях ділової активності"⁶⁸.

Співвідношення швидкості поширення або оновлення інформації та швидкості змін визначають "інформаційну проникливість економічного простору", яка залежить від розвиненості та поширення інформаційних та комунікаційних технологій⁶⁹.

⁶⁷ Белокрылова О.С., Вольчик В.В. Институциональные условия формирования сельскохозяйственных рынков [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://ie.boom.ru/Volchik/Agro.htm>.

⁶⁸ Хайек Ф.А. Частные деньги. – М.: Институт национальной модели экономики, 1996.

⁶⁹ Паринов С. Информационная концепция микроэкономического взаимодействия [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/class/concept.htm>.

При рості ринку переважно відбувається збільшення і суб'єктів ринкових відносин. На такому ринку може поширитися практика об'єднання інформації, отриманої декількома суб'єктами, що може розглядатися як дешевша, хоча й менш надійна, форма пошуку.

В Україні одним з прикладів об'єднання інформації декількома суб'єктами є єдина інформаційна система обліку позичальників (боржників), які мають прострочену заборгованість за кредитами, наданими вітчизняними банками (ЄІС "Реєстр позичальників")⁷⁰.

Поряд з об'єднанням інформації може розвиватися інший процес – суб'єкти, які досягли найбільшого успіху у зборі інформації, можуть почати продавати цю інформацію іншим суб'єктам, тобто фактично надавати інформаційні послуги, що буде розглянуто далі.

Пошук інформації з допомогою третіх осіб.

Інформаційна асиметрія взаємодії "принципал-агент"

Сучасна різноманітність та багатогранність економічної діяльності не дає можливості бути фахівцем в усіх сферах. Потреба робити одноразові покупки примушує виходити на невідомий ринок. Відсутність досвіду роботи на новому ринку, що значно ускладнює не лише проведення трансакції, але і збір інформації про ринок, спонукає потенційного суб'єкта ринку звернутися до послуг ринкового посередника – агента. Таким чином встановлюється взаємодія "принципал-агент" (принципал – сторона, що дає доручення, агент – сторона, що виконує доручення). В ролі агента може виступити регіональний орган влади чи орган транскордонного співробітництва.

Навіть за умов високої деталізації умов договору, що детально буде розглянуто в пункті "Деталізація умов контракту", неможливо повністю визначити ступінь добросовісності виконання агентом своїх зобов'язань. Це можливо зробити лише шляхом порівняння наданої ним інформації з аналогічною інформацією, якою володіє принципал, проте в даному випадку в нього не було б потреби у послугах агента. Наймати декількох агентів також не вигідно: для чого платити декілька раз за майже одну і ту ж інформацію.

Таким чином, можна стверджувати, що при взаємодії "принципал-агент" можлива постконтрактна опортуністична поведінка агента, що може зумовити виникнення "ризиків несумлінності" (moral hazard) зі сторони

агента у відношенні до принципала через:

- розбіжність інтересів принципала й агента;
- наявність інформаційної асиметрії (на користь агента) щодо якості виконання умов контракту;
- недосконалість ринку агентських послуг⁷¹.

Діяльність третіх організацій. Сертифікація

Сертифікація є необхідним інструментом, що гарантує відповідність якісних характеристик продукції вимогам нормативно-технічної документації. Сертифікація являє собою процес встановлення відповідності. Національне законодавство окремих країн визначає: відповідність чому встановлюється та хто встановлює цю відповідність. Сертифікат – документ, що підтверджує відповідність продукції певним вимогам, конкретним стандартам чи технічним умовам⁷².

Сертифікація товару на відповідність певній нормативно-технічній документації може бути замовлена як виробником чи постачальником, так і споживачем. Виробники та постачальники замовляють сертифікацію з огляду на те, що добровільна сертифікація сприяє підвищенню конкурентоспроможності продукції, що повинно сприяти просуванню продукції на ринку⁷³. Проте, необхідно пам'ятати, що процедура сертифікації є високою витратною, що може зумовити зменшення прибутків або зростання ціни, що в свою чергу може зменшити конкурентоспроможність продукції на ринку⁷⁴. Але, незважаючи на це, інколи витрати на сертифікацію за своїми обсягами близькі до витрат на досягнення якості. Такі факти підтверджують важливість сертифікації, і перш за все інформативної її функції, як ефективного засобу розвитку торговельно-економічних зв'язків як в країні, так і за її межами, просування продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Окрім сертифікації в підтвердженні якості продукції важливу роль відіграють різноманітні спеціальні конкурси з присудженням почесних нагород. Призом за перемогу є диплом та право зображати символ якості на продукції чи на її упаковці⁷⁵.

Таким чином символ перемоги у конкурсі та символи відповідності обов'язковим та необов'язковим стандартам, виконуючи інформативну функцію (особливо ефективно за умови високого ступеня довіри до

⁷¹ 50 лекцій по мікроекономіці. Учебник для ВУЗів в 2-х томах. – 2000. – Т.2 – 776 с.

⁷² Управление качеством. Учебник / С. Д. Ильенкова, Н. Д. Ильенкова, С. Ю. Ягудин и др.; Под ред. доктора экономических наук, профессора Ильенковой С. Д. – М.: ЮНИТИ, 1998.

⁷³ Производственный менеджмент. Учебник для вузов. / Под ред. проф. Ильенковой С. Д. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.

⁷⁴ Управление качеством. Учебник / С. Д. Ильенкова, Н. Д. Ильенкова, С. Ю. Ягудин и др.; Под ред. доктора экономических наук, профессора Ильенковой С. Д. – М.: ЮНИТИ, 1998.

⁷⁵ Управление качеством. Учебник / С. Д. Ильенкова, Н. Д. Ильенкова, С. Ю. Ягудин и др.; Под ред. доктора экономических наук, профессора Ильенковой С. Д. – М.: ЮНИТИ, 1998.

Паринов С. Информационные взаимодействия в экономическом пространстве [Электрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/net-model.htm>.

Паринов С. Компьютерные эксперименты на базе подхода "Agent-Based Simulation". [Электрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/ag-based.htm>.

Паринов С., Яковлева Т. Экономика 21-го века на базе Интернет-технологий [Электрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/economy21.htm>.

⁷⁰ ЄІС "Реєстр позичальників". [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: http://www.bank.gov.ua/Bank_Supervision/CIS/01.04.2003.htm.

організацій, які дають право використовувати ці символи), надають можливість підвищити ефективність реклами на роздрібному ринку та спростити переговори на ринку гуртової торгівлі чи ринку товарів промислового призначення.

З вищенаведеного слідує, що регіональні органи влади та органи транскордонного співробітництва, підтримуючи сертифікацію і спеціальні конкурси якості продукції та поширюючи результати сертифікації і цих конкурсів, через їх інформативну функцію сприяють розвитку транскордонного співробітництва в економічній сфері.

Деталізація умов контракту та пост-контрактний опортунізм

З метою недопущення появи ефекту лимонів суб'єкти ринкової взаємодії намагаються прописати вимоги до товару в договорах.

В теорії контрактів існує абстрактне поняття "повний контракт" ("complete contract", "досконалий контракт", "perfect contract"), для укладання якого необхідне існування світу досконалої інформації, який передбачає: абсолютну раціональність; повну інформацію; абсолютні обчислювальні можливості⁷⁶. Проте в дійсності дані умови відсутні, тому контракти є недосконалими.

Точкові контракти – контракти, при яких сторони проводять оплату та поставку товару одразу після досягнення згоди. Вони характеризуються мінімальною деталізацією, використовуючи стандартну форму контрактних зобов'язань та опираючись на існуюче законодавство. Мінімізація трансакційних витрат при точкових контрактах проходить за рахунок існування: адекватної інформації; вільної конкуренції; жорсткого законодавства; атмосфери довіри. Вільна конкуренція на ринку тисне на господарюючих суб'єктів, вимагаючи бути чесними та виконувати умови контрактів. Існування адекватної інформації, що дає можливість чітко визначати цінність товару, та цінового механізму, що ефективно виконує інформативну функцію, дає можливість уникнути несприятливого вибору (ефекту лимонів).

Реляційні контракти – контракти, що передбачають довготривалі відносини між сторонами, які визначаються спільністю цілей, внаслідок чого обом сторонам вигідніше виконувати контрактні зобов'язання, ніж не виконувати. Існування реляційних контрактів переважно пов'язано з інвестиціями в специфічні активи, що буде розглянуто пізніше.

Можна стверджувати, що більшість проблем, з якими стикаються сторони контракту, є проблемами інформаційними. Неповнота інформації, обумовлена її дорожнечою, створює можливості для появи ризиків опортуністичної поведінки, моральної загрози та несприятливого вибору (ефект лимонів, описаний вище).

⁷⁶ Кузьминов Я.И., Юдкевич М.М. Курс лекцій по інституціональній економіці [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: http://www.hse.ru/rector_net/lectures.htm.

Укладаючи контракт сторони несуть певні витрати, пов'язані з:

1. Необхідністю володіння фоною інформацією (до укладання угоди) – загальною інформацією про стан справ та перспективи розвитку країни, галузі, території. Дана інформація потрібна для визначення стратегічних напрямів діяльності господарюючого суб'єкта.

2. Проведенням торгів. В процесі торгу сторони несуть витрати на:

– накопичення цільової інформації – збір інформації про предмет договору: ціни на різних ринках (можливо, в різні пори року), витрати на транспортування, страхування, митне оформлення, а також можливості виробництва даного товару самостійно;

– визначення позицій можливих контрагентів по торгу – становлення переліку альтернатив для себе та окреслення можливих альтернатив собі з точки зору можливих контрагентів (останнє дає можливість попередньо оцінити поступки, на які погодиться піти той чи інший потенційний партнер);

– безпосередньо процедуру торгів.

3. Проблемою вимірювань, яка виникає під час оформлення угоди і передбачає встановлення переліку параметрів, що будуть контролюватися.

4. Проблемою несприятливого відбору, яка породжується неповнотою інформації. Несприятливий відбір виникає при наявності розподілу за якісними характеристиками, прихованими від споживача. Якщо в результаті угоди визначається певний перелік вимірюваних параметрів, то за невимірюваними параметрами отримана вибірка буде гіршою серед тих можливих, які задовольняють вимірюваним параметрам.

5. Специфічністю товару та проблемою інвестицій в специфічні активи. Специфічність передбачає, що найкраще альтернативне використання товару є однозначно гірше того, для якого він був створений. Рівень специфічності визначається часткою цінності товару, яку він втрачає внаслідок його найкращого альтернативного використання. Переважно у даному випадку йдеться про зв'язані товари, специфічність яких визначається можливістю їх використання винятково один з одним.

Прикладом інвестицій у специфічні активи є будівництво шляхів сполучення та їх інфраструктури на території декількох держав. Економічно ефективними такі проекти можуть бути винятково за умови їх синхронного будівництва та одночасного введення у експлуатацію. Негативним з українського боку є досвід будівництва нафтопроводу Одеса-Броди-Гданськ, розбудова та відкриття митного переходу Смільниця-Кросценко тощо.

Незважаючи на те, що обом сторонам реляційних контрактів вигідніше виконувати контрактні зобов'язання, ніж не виконувати, в даному випадку існує загроза вимагання однією стороною поступитися чимось на користь іншої. Розмір вимагань залежить від специфічності активу. Можна сказати, що теоретично кожна зі сторін погодиться уступити частку, яка не

перевищує втрати від розірвання договору, які залежать від специфічності товару. Вирішити проблему вимогань можна за рахунок інтеграції, що буде розглянуто далі у пункті "Вертикальна інтеграція".

6. Обмеженістю прав контракту шляхом впровадження обмежень по ціні та кількості, що спричинює появу черг і відповідно вторинного ринку місць у черзі. В сфері міжнародної торгівлі це проявляється у вигляді квот. Навіть СОТ, взагалі засуджуючи використання квот через їх негативний вплив на розвиток міжнародної торгівлі, дозволяє використання окремих видів квотування імпорту, особливо щодо сільськогосподарської продукції.

Недостатня деталізація умов договору та недосконалість інформації створює умови, точніше можливості, для опортуністичної поведінки договірних сторін, тобто пост-контрактного опортунізму, який полягає у моральній загрозі або у цілеспрямованому невиконанні своїх зобов'язань.

Проблеми опортунізму в організаціях пов'язані з поведінкою виконавців та менеджерів (для даного дослідження будемо розглядати лише поведінку менеджера).

У вітчизняних умовах інформаційна асиметрія у відносинах між власниками та керівниками підприємств створила можливість появи такого явища як захват підприємства, який в загальних рисах реалізується таким чином: керівництво підприємства утворює низку посередників, через яких ведеться уся господарська діяльність основного підприємства; дана господарська діяльність ведеться на таких умовах, щоб усі прибутки і доходи осідали у підприємствах-посередниках; згодом основне підприємство, значно втративши свою вартість внаслідок постійного вимивання фінансових ресурсів, скуповується за безцінь, можливо, навіть, і за вимиті з нього кошти.

Приймаючи це до уваги, власники намагаються поставити своїх людей у керівництво, що, зрозуміло, створює ризик для інших власників. Ця явище справляє подвійний негативний вплив на процес інвестування: з одного боку, інвестори бояться вкладати кошти, якщо вони при цьому не отримають контроль над підприємством; з іншого боку, поточні власники підприємства бояться віддавати контрольні пакети інвесторам. Тобто можна стверджувати, що інформаційна асиметрія на ринку управлінських послуг створює опір інвестиційним потокам з обох сторін: інвесторів та поточних власників підприємств.

Підсумовуючи можна прийти до висновку, що складність окреслення та вимірювання усіх характеристик предмету договору унеможливує високу деталізацію контракту (створюючи ризик несприятливого відбору – появи ефекту лимонів в обмежених обсягах), а складність контролю за виконанням умов контракту створює поле для опортуністичної поведінки, що в загальному підвищує трансакційні витрати і, відповідно, негативно впливає на ефективність ринкової взаємодії.

Вертикальна інтеграція

як засіб інтерналізації інформаційних витрат

Одним з засобів зменшення негативного впливу інформаційної асиметрії є вертикальна інтеграція. Неповнота інформації обумовлює існування трансакційних витрат, для зменшення яких суб'єкти господарювання переорієнтовуються з зовнішніх трансакцій на внутрішні⁷⁷. Саме наявність витрат на використання цінового механізму координації господарської діяльності Р. Коуз вважає основною причиною виникнення фірм⁷⁸. Проте слід визнати, що не стільки витрати на з'ясування цін, скільки витрати на з'ясування якісних параметрів обумовлюють вертикальну інтеграцію.

Варто зазначити, що інтерналізація не усуває проблеми неповноти інформації: вона полягає у відносній простоті її вирішення. Стороння організація не має доступу до внутрішнього механізму управління: запропоновані нею заходи не можуть бути повністю реалізовані без згоди підрядника, а тому і об'єктивно обмежені; необмежений доступ покупця до механізму внутрішнього управління та контролю підрядчика (включаючи найом та звільнення, переміщення робітників та перерозподіл ресурсів) практично нездійснений. Відповідно, враховуючи усі витрати та труднощі контролю виробництва зі сторони, покупець може взяти на себе ризик виконання робіт самостійно. Споживач таким чином інтерналізує шляхом зворотної вертикальної інтеграції операцію, яка за умов відсутності невизначеності відбулася б через ринок⁷⁹.

Проте ті ж самі проблеми інформаційної асиметрії і обмежують зростання фірми. Фірма являє собою ніщо інше, як мережу контрактів, а відповідно, відношення "принципал-агент" існують і в середині економічної організації. Асиметрія інформації зменшує ефективність взаємодії всередині фірми, аналогічно як і ринкової взаємодії. Більш того, з точки зору контрактного підходу відмінність договорів всередині фірми від ринкових не на стільки істотна, і саму проблему розмірів фірми можна вважати досить умовною. Таким чином, якщо зовнішні трансакційні витрати обумовлюють вертикальну інтеграцію, то внутрішні трансакційні витрати її обмежують⁸⁰.

Регіональні органи влади та органи транскордонного співробітництва можуть сприяти інтерналізації інформаційних витрат через створення

⁷⁷ Авдашева С. Теория организации промышленности [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://io.economicus.ru/index.php?file=7>.

⁷⁸ Коуз Р.Г. Природа фирмы // Вехи экономической мысли. / Под ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа. 1999. – Т.1.: Теория потребительского поведения и спроса.

⁷⁹ Уильямсон О. И. Вертикальная интеграция производства: воображения по поводу неудач рынка // Вехи экономической мысли / Под ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т.1: Теория потребительского поведения и спроса.

⁸⁰ Авдашева С. Теория организации промышленности [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://io.economicus.ru/index.php?file=7>.

інтегрованих інформаційних систем учасників транскордонного співробітництва, тобто інтеграція може проходити винятково в інформаційній взаємодії.

Інформаційна асиметрія щодо інституційного середовища

При транскордонному співробітництві з'являється додатковий мовний та організаційні бар'єри доступу до інформації, що впливає на співвідношення резидентів та нерезидентів на ринку. Проблема загострюється ще й тим, що для нерезидентів інформація переважно є дорожчою через непрозорість ринку, яка утруднює для нерезидентів отримання інформації про умови господарювання, що обумовлює існування третього негативного наслідку існування ринків з асиметричною інформацією – ефекту витіснення нерезидентів з ринку.

Важливість володіння інформацією щодо умов господарювання на певній території підтверджується і емпірично: в результаті дослідження, проведеного в Лондонській школі економічних та політичних наук, було встановлено позитивний зв'язок між кількістю телефонних дзвінків між країнами та транскордонними потоками капіталів⁸¹.

Дана теза підтверджується також і багатьма фактами в Україні, зокрема у травні 2001 року скандал навколо "Донбасенерго" та призупинення приватизації українських енергокомпаній спонукали інвесторів-нерезидентів до продажу акцій⁸².

Таким чином регіональні органи влади та органи транскордонного співробітництва повинні зменшувати інформаційну асиметрію щодо інституційного середовища.

Організація та персоніфікація ринку

Як зазначалося раніше потреба відфільтрувати суб'єктів економічних відносин за ознакою належності до множини реальних чи потенційних суб'єктів певного ринку спонукає підвищувати організованість ринку. Зокрема, Ф.А. фон Хайек вважає, що "вся організація ринку спрямована перш за все на задоволення потреби поширення інформації, на основі якої повинен діяти покупець"⁸³.

Серед переваг організованого ринку перед неорганізованим виділяють такі⁸⁴:

– на неорганізованому ринку угоди майже завжди є одноразовими, внаслідок чого підвищується ризик бути обманутим, відповідно,

інформаційні витрати також будуть вищими; це переважно обумовлюється тим, що

– на неорганізованому ринку відсутні гарантії зі сторони держави та організатора ринку;

– на відміну від організованого ринку, де інформативна функція цінового механізму проявляється найкраще, для неорганізованого ринку характерна інформація з неправильними сигналами – шумами.

Тобто, з точки зору підвищення інформованості суб'єктів ринкової взаємодії, однією з основних функцій організованих ринків є підвищення інформаційної проникливості економічного простору. Зокрема, щодо фондових бірж та інших посередників фондового ринку, то їх ключовим призначенням визначають збір та поширення інформації про позичальників та фінансові активи⁸⁵.

Організовані ринки являють собою центри торгівлі, через які проходять основні обсяги продукції. Ці ринки визначають ціну, забезпечують учасників ринку необхідною інформацією, вирішують проблеми стандартизації та сертифікації, контролю якості продукції, знижуючи при цьому рівень трансакційних витрат. Одним з прикладів організованих ринків є біржі⁸⁶.

Біржова торгівля дає можливість концентрувати суб'єктів ринкової взаємодії, зменшуючи при цьому витрати на пошук. Контроль якості продукції на товарних біржах та інформація про позичальників та фінансові активи на фондових біржах дають змогу зменшити ризик несприятливого вибору. Відкритість торгів підвищує інформаційну проникливість на ринку, що свідчить про дієвість інформативної функції цінового механізму.

Це все дає підстави стверджувати, що ринки у вигляді бірж є добре організовані, бо цінові сигнали потенційних продавців та покупців з врахуванням всієї необхідної інформації взаємодіють між собою так, що виникає тенденція до встановлення єдиної ціни на однакові товари в усіх угодах, здійснюваних на значних територіях⁸⁷.

Поряд з процесами організації ринку відбуваються процеси персоніфікації, які полягають у підвищенні обізнаності суб'єктів ринку про інших суб'єктів ринку. Сукупність відомостей про суб'єкта ринкової взаємодії формує його репутацію, яка визначає схильність інших суб'єктів ринку до взаємодії з цим суб'єктом. Проте, економічні суб'єкти, ведучи свою господарську діяльність, повинні бути присутні на багатьох ринках, обробляючи при цьому значні обсяги інформації з метою зменшення

⁸¹ Portes R., Rey H. The Determinants of Cross-Border Equity Flows. – London: London School of Economics and Political Science. Centre for Economic Performance, 2000. – 25 p.

Portes R., Rey H. The Determinants of Cross-Border Equity Flows: The Geography of Information. – London, 2000. – 51 p.

⁸² Перша фондова торговельна система. Річний звіт 2001. – К., 2002. – 39 с.

⁸³ Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок. – М.: Изограф, 2000. – 254 с.

⁸⁴ Кузьминов Я.И., Юдкевич М.М. Курс лекций по институциональной экономике [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: http://www.hse.ru/rector_net/lectures.htm.

⁸⁵ Хереманс Д. Регулирование банковского и финансового рынков [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://ie.boom.ru/Referat/Heremans.htm>.

⁸⁶ Белокрылова О.С., Вольчик В.В. Институциональные условия формирования сельскохозяйственных рынков [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://ie.boom.ru/Volchik/Agro.htm>.

⁸⁷ Хейне П. Экономический образ мышления. – М.: Издательство "Каталаксия", 1997. – 704 с.

інформаційної асиметрії на цих ринках по відношенню до себе. Неможливість та неефективність збирання всієї інформації про всіх можливих постачальників всієї необхідної продукції спонукає споживачів звертатися до ринкових посередників, множина яких є меншою від множини виробників, і як наслідок в очах споживача ринковий посередник є більш персоналізованим, ніж виробник.

Тобто роль торговельних посередників у зменшенні інформаційної асиметрії полягає у тому, що у відносинах з постачальниками вони обробляють більше товарів і, таким чином, мають більше інформації для аналізу, а покупець, внаслідок свого територіального розташування чи галузевої спеціалізації, співпрацює з обмеженим колом торговельних посередників, тобто в його очах посередник є досить персоналізованим, а посередник, розуміючи це, намагатиметься не скласти негативного враження про себе. Проте, при цьому необхідно пам'ятати і про негативні сторони взаємодії принципала (споживача) та агента (посередника).

Зазначене твердження зобов'язує наголосити на існуванні проблеми низького рівня організації ринків, що ставить регіональні органи влади та органи транскордонного співробітництва перед необхідністю сприяти організації ринків та частково взяти на себе інформативну функцію ринкового посередника.

Підсумовуючи, викладене у підрозділі, усі проблеми інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва в економічній сфері можна умовно розділити на три групи:

- безпосередньо проблеми інформаційного забезпечення (невизначеність та інформаційна асиметрія);
- проблеми, які є наслідком безпосередніх проблем інформаційного забезпечення (витіснення дрібних учасників з ринку, ефект витіснення нерезидентів з ринку, ефект "лимонів" або витіснення з ринку високоякісних товарів низькоякісними);
- проблеми, пов'язані з реалізацією заходів по зменшенню невизначеності та асиметрії (організація ринку, посередники, стандартизація, горизонтальна та вертикальна інтеграції).

РОЗДІЛ 2 КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРИКОРДОННОГО РЕГІОНУ НА ТРАНСКОРДОННИХ РИНКАХ

2.1. Конкурентні переваги транскордонного регіону

Прикордонні регіони, прагнучи постійного поліпшення життя мешканців, конкурують між собою на різних транскордонних ринках (праці, капіталу, товарному, послуг тощо). На жаль, через відсутність транскордонної статистики неможливо системно показати конкурентоспроможність кожного регіону. Тому, спробуємо показати розвиток підприємств малого бізнесу, інноваційну політику, культурно-освітні заклади та інші елементи, що впливають на конкурентоспроможність прикордонних регіонів.

Для початку наведемо короткий характеристику прикордонних областей України. Їх аналіз виявив наступне.

1. З огляду на те, що 76% території України охоплюють прикордонні області, не можна відзначити суттєву різницю у розвитку прикордонних та центральних областей. Значна відмінність у розвитку спостерігається лише між центром – столицею м. Києвом та периферією – усіма останніми областями (рис.2.1).

2. Лише шість областей, Волинська, Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська, Чернівецька, Одеська були прикордонними до 1991 року. Із



Рис. 2.1. Прикордонні області України