

Ярмарку. Інформація на сайтах подається російською та англійською мовами.

Щодо інформаційної підтримки туристичної діяльності функціонує Український туристичний портал UA Tourist.com (<http://www.uatourist.com/>) входить в систему серверів туристичної інформації Travel Internet Service. На порталі реалізований пошук турів (за критеріями: місяць; вид туру; вартість за 1 особу не більше; місто туристичного агентства) та готелів (за критеріями: регіон; країна; місто; клас готелю), подано перелік туристичних агентств з контактною інформацією про них. На сайті можна отримати інформацію про конкретний тур, готель чи туристичне агентство та замовити туристичну послугу.

Підсумовуючи, варто звернути увагу на ту обставину, що ринковий механізм саморегулювання сприяє більш динамічному розвитку систем інформаційного забезпечення цільовою інформацією, ніж адміністративні організаційні механізми.

РОЗДІЛ 3 ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТЕРИТОРІЙ З ОГЛЯДУ НА НАЯВНІСТЬ ТРАНСКОРДОННИХ РИНКІВ

3.1. Формування політики підвищення конкурентності та конкурентоспроможності територій

Щоб перейти до розгляду механізмів формування політики підвищення конкурентоспроможності територій, зокрема прикордонних, нагадаємо наступне.

Конкурентоспроможні підприємства є основою конкурентоспроможності країни. Проте окремі компанії формують ланцюжки зв'язків, які тягнуться від постачальників та суміжників до транспортників, сфери послуг, споживачів, мас-медіа й навіть громадянського суспільства. Успіх компанії у конкуренції багато в чому визначається різноманітними векторами в корпоративному й соціальному середовищі. Країни конкурують в умінні ефективно створювати таке середовище. Конкуренцію країн також зумовлюють глобальні ринки, які сьогодні відкриті й мобільні, а нові технології та глобалізація роблять їх не лише відкритими, а й "негайними"¹⁴⁷. Все це в повній мірі актуальне для прикордонних територій, конкурентність яких проявляється також в межах транскордонних ринків й "негайність" перетворюється у "миттєвість". Саме тому для органів влади з метою забезпечення конкурентоспроможності регіону доцільно створювати конкурентне середовище не лише на своїй території, а в межах транскордонного регіону. Досягнути цього можна лише шляхом розвитку транскордонного співробітництва. З цієї позиції ми будемо підходити до формування регіональної політики розвитку транскордонного співробітництва.

Між регіонами існують помітні відмінності в рівні економічного розвитку, територіальному освоєнні, екологічній ситуації тощо. Географічні, історичні та соціально-економічні чинники зумовили різний рівень розвиненості регіонів, стан довкілля та спосіб життя населення. Прикордонні регіони як периферійні у кожній державі, найчастіше відставали у розвитку від центральних. При цьому спостерігалось, що суміжні прикордонні регіони сусідніх країн переважно були більш розвинені і існування транскордонних ринків, за принципом сполучених ємностей, сприяло досягненню вирівнювання якості життя по обидва боки кордону. Останнє стало основною метою регіональної політики ЄС у прикордонних регіонах, яка з початку 90-х років базується на парадигмі

¹⁴⁷ Полунеев Ю. Конкурентоспроможність як національна ідея / Дзеркало тижня. – 2005. – 19 березня. – С.13.

регіонального саморозвитку. Ця парадигма орієнтована на більш повне врахування інтересів територіальних співтовариств, покладення відповідальності за розвиток регіонів на місцеві органи влади, взаємну координацію діяльності центральних та місцевих влад, а для прикордонних регіонів – також координацію місцевих влад суміжних територій. Тобто, сучасна регіональна політика здебільшого орієнтується не на міжрегіональний розподіл, а на мобілізацію місцевого потенціалу та ресурсів, підвищення конкурентоспроможності регіонів.

З огляду на теорію конкурентних переваг однією з головних причин нерівномірності регіонального розвитку є відмінності у продуктивності і конкурентоспроможності економік регіонів. В умовах інформатизації та глобалізації, конкуренція змінює свої ознаки. Конкурентна спроможність суб'єктів господарювання все більше залежить не лише від підприємливості власників і продуктивності працівників, але також від ефективності функціонування територіальних суспільно-господарських систем і їх здатності до формування сучасних дієвих структур, які результативно використовують наявну в регіоні сукупність факторів виробництва¹⁴⁸.

Якщо виходити з того, що регіональна політика є інтегральною частиною суспільно-економічної політики, засобом свідомого впливу влади на розвиток регіонів, а влада є центральна та регіональна, то політика регіонального розвитку повинна передбачати два виміри – регіональну політику держави, що є фрагментом макроекономічної політики, та регіональну політику, яку проводять органи місцевого самоврядування¹⁴⁹.

В сучасній економічній науці відбувається становлення нового напрямку – територіального маркетингу, застосування якого спрямоване на підвищення конкурентоспроможності держави та її окремих регіонів, а також ефективності діяльності інституційних одиниць всіх секторів економіки на різних рівнях управління та державного регулювання. У процесі появи та становлення територіального маркетингу можна виділити п'ять етапів взаємовідносин між владою та головними партнерами і зацікавленими особами: 1) адміністративно-бюрократичний; 2) обслуговуючий; 3) промоційний; 4) маркетинговий; 5) стратегічний¹⁵⁰.

Перший етап означає, що умови праці та обслуговування клієнтів створюються згідно з вимогами самих працівників органів місцевої влади. За таких умов не враховуються потреби людини та її сподівання, беруться

до уваги лише правила, кодекси та параграфи. Влада цілковито відірвана від території, прагне задовольняти власні потреби та амбіції¹⁵¹. Другий етап – обслуговуючий – є якісно іншим етапом розвитку стосунків між владою та її клієнтами, а саме прагненням покращення процедури обслуговування клієнта. Однак оцінка якості послуг надається самими працівниками органів влади.

На третьому етапі влада оцінила значення інформації у процесі прийняття рішень різними суб'єктами і висуває на перший план промоцію своєї території. Готуються спеціальні видання, каталоги, листівки тощо. Влада вдається до послуг фахівців з реклами та паблік релейшн¹⁵².

Про маркетингову орієнтацію території можна говорити лише на четвертому етапі, де домінуючим елементом є прийняття та використання усіма працівниками "філософії служби на користь клієнтів".

Останній, п'ятий етап змін ставлення влади та інших публічних інституцій до своїх клієнтів, названий стратегічна орієнтація, виражає зміни концептуально-методологічного характеру у функціонуванні територіальних одиниць. На практиці це означає:

- напрям на досягнення довготривалої мети;
- аналіз впливу оточення на ситуацію у територіальній одиниці;
- використання спеціально розроблених стратегічних планів;
- розгляд конкурентного впливу на реалізацію власної мети;
- формулювання цілей діяльності у їх взаємному ієрархічному зв'язку;
- використання найкращих зразкових рішень у кожній сфері діяльності;
- постійний контроль кожного рівня реалізації поставлених цілей;
- свідоме і доцільне формування бюджету для маркетингової діяльності;
- спостереження та дослідження змін потреб і сподівань клієнтів у рамках кількості та якості публічних послуг, які їм пропонуються;
- систематичне спілкування з клієнтами.

Маркетингова переорієнтація органів місцевої влади, яка проявляється у нових процедурах, пріоритетах та умовах задоволення потреб і сподівань усіх цільових груп (внутрішніх і зовнішніх), у нових формах спілкування і співпраці та нових способах сприйняття місця та ролі клієнтів, ще не завершена. Це довготривалий процес, який вимагає відповідних змін існуючих традицій, вкорінених схем поведінки, а також способів бачення власного місця і позиції у формуванні стосунків довіри, підтримки та дружби у відносинах між владою і її клієнтами¹⁵³.

Хоча у даний час ще спостерігаються характерні ознаки всіх етапів

¹⁴⁸ Ярош А. Конкурентоспроможність регіонів та еволюція регіональної політики Європейського Союзу / Регіональна економіка. – 2004. – № 1. – С.188-193.

¹⁴⁹ Proniewski M. Polityka rozwoju regionalnego-doświadczenia i perspektywy. // Strategia rozwoju pogranicza wschodniego Polski. Pod. red. R Horodeńskiego. Studia Regionalne. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomicznej. – Białystok. – 2000 – № 2. – S.112-123.

¹⁵⁰ Шромнік А. Територіальний маркетинг. Проблеми формування маркетингової стратегії міст і регіонів. – Тернопіль: ТІСІТ, 2005. – 52 с.

¹⁵¹ Marak J. Marketingowa strategia rozwoju gminy – koncepcja metodologiczna. Mat. Seminarium "Zachowania podmiotów sfery konsumpcji", AE Katowice. – Katowice, 1993.

¹⁵² Junghardt R. ABC promocji gmin. Miast i regionów. Fundacja im. F. Eberta, Biuro na Śląsku, Gliwice, 1996.

¹⁵³ Шромнік А. Територіальний маркетинг. Проблеми формування маркетингової стратегії міст і регіонів. – Тернопіль: ТІСІТ, 2005. – 52 с.

процесу змін взаємовідносин між владою та її клієнтами, можна побачити, що поступово відбувається впровадження останнього етапу – стратегічної орієнтації шляхом формування регіональної політики, зокрема, розвитку транскордонного співробітництва.

Повноцінна участь регіонів у транскордонному співробітництві має ґрунтуватися на правових та інституційних засадах, спроможних забезпечити регіональним та місцевим органам влади відповідний перелік компетенцій щодо налагодження безпосередніх відносин. Це в свою чергу, передбачає наявність формалізованих стратегій регіонального розвитку кожної із сторін, що базуються на принципах узгодження інтересів між державою та її регіонами, та встановлюють правові рамки, які дозволяють регіональним та місцевим органам влади ефективно вирішувати питання забезпечення стійкого розвитку регіонів, а значить, держави. Окрім того, повинна існувати концепція спільного розвитку транскордонного регіону, котра ще повинна враховувати загальноєвропейські інтереси.

В основі розвитку транскордонного співробітництва є теорія регіонального розвитку, яка є базою формування національних політик регіонального розвитку країн та загальної регіональної політики ЄС¹⁵⁴.

Принципово важливе значення має та обставина, що західна модель регіональної економічної політики пройшла через три економічні парадигми і реалізується четверта¹⁵⁵.

Сутність першої з них – парадигми невідкладної допомоги кризовим регіонам, полягає у орієнтації на пріоритетну державну підтримку кризових (проблемних) регіонів.

Друга – парадигма міжрегіонального перерозподілу економічного зростання – орієнтована на вирівнювання диспропорцій розвитку регіонів шляхом перерозподілу доходів.

Третя – парадигма реструктуризації регіонів, яка передбачала перенесення акцентів з прямого державного регулювання регіонального розвитку на стимулювання розвитку в проблемних районах.

Сучасна парадигма регіонального розвитку з'явилася на початку 90-х років і визначена як парадигма регіонального саморозвитку. Вона орієнтована на більш повне врахування інтересів територіальних співтовариств, покладення відповідальності за розвиток регіонів на місцеві

органи влади, взаємну координацію діяльності центральних та місцевих влад, а для прикордонних регіонів – також координацію місцевих влад суміжних територій. Тобто, сучасна регіональна політика "здебільшого має орієнтуватися не на міжрегіональний розподіл, а на мобілізацію місцевого потенціалу та ресурсів"¹⁵⁶. Сучасна парадигма дуже актуальна для транскордонних регіонів.

Для України, особливо для її регіонів, процеси міжнародної співпраці нові і необхідно певний час, щоб і на державному і на регіональному рівнях усвідомили їх важливість і забезпечили організаційно-правові, фінансові та кадрові можливості для активізації участі регіонів у міжрегіональному та транскордонному співробітництві з метою стимулювання економічної співпраці, більш ефективного використання природно-ресурсного потенціалу територій і підвищення доходів населення. Перші кроки у цьому напрямку зроблені. У прийнятій Концепції державної регіональної політики зазначено, що "стимулювання розвитку транскордонних і міжрегіональних економічних зв'язків на основі виробничої кооперації та інтеграції, створення відповідних промислово-фінансових груп, інших сучасних форм господарювання є одним з стратегічних напрямків регіональної політики держави і "передбачається розроблення пропозицій щодо законодавчого розширення можливостей місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування для розвитку транскордонного та міжрегіонального економічного співробітництва та щодо впорядкування такого співробітництва".

Необхідність вирішення спільних проблем, що виникають у транскордонному регіоні (територіальне та просторове облаштування, розбудова транскордонної інфраструктури, спільне використання водних та інших ресурсів тощо), розширює сфери державної регіональної політики на міжнародний рівень і приводить до необхідності врахування стратегій соціально-економічного розвитку суміжних прикордонних територій сусідніх держав.

В основі формування державної регіональної політики у сфері транскордонного співробітництва має бути підхід направлений на посилення ролі регіонів у активізації інтеграційних процесів України та розвитку транскордонного співробітництва, підвищення конкурентноздатності окремих регіонів країни, що в кінцевому підсумку, зміцнює економічний потенціал держави.

Таким чином, регіональна політика розвитку транскордонного співробітництва визначає стратегію розвитку транскордонних регіонів та транскордонного співробітництва по всьому периметру кордону держави. Вона включає розробку програми використання можливостей

¹⁵⁴ Гранберг А. Основы региональной экономики. – М.: ГУ ВШЕ, 2001. – 495с.

Писаренко С.М. Організаційно-економічний механізм реалізації регіональної політики Європейського Союзу. – Львів: ІРД НАН України. – 2002. – 84с.

Региональное развитие: опыт России и Европейского Союза / под ред. Гранберга А.Г. – М.: Экономика, 2000. – 435с.

Pietrzyk I. Regionalna polityka UE. – Wydawnictwo Naukowe PWN SA, Warszawa 2000. – 311 с

¹⁵⁵ Бандур С.І., Заяц Т.А., Терон І.В. Сучасна регіональна соціально-економічна політика держави: теорія, методологія, практика. – К.: РВПС України НАН України – ТОВ "Принт-Експрес", 2002. – 250 с. С. 57-73.

¹⁵⁶ Klojcnik J. The Role of Cross-border Regional Co-operation for Slovenia asv a Small Economy in Transition // Regional Contact. – 1995. – # 10. – p. 143-148.

транскордонного співробітництва для підвищення якості життя населення прикордоння та прискорення інтеграційних процесів України.

Як згадувалося вище, сучасна парадигма регіонального розвитку орієнтована на більш повне врахування інтересів територіальних співтовариств, покладення відповідальності за розвиток регіонів на місцеві органи влади, взаємну координацію діяльності центральних та місцевих влад, а для прикордонних регіонів – також координацію місцевих влад суміжних територій. Тобто, сучасна регіональна політика, здебільшого, має орієнтуватися не на міжрегіональний розподіл, а на мобілізацію місцевого потенціалу та ресурсів. Європейський досвід 80-90-х років свідчить, що найефективнішим механізмом регіонального розвитку є створення державою правових основ для підвищення ефективності використання внутрішнього потенціалу самими територіями з метою посилення їх конкурентоспроможності, а значить, ліквідації відсталості.

Необхідними складовими регіональної політики є чітко сформульовані цілі, об'єкти, суб'єкти і засоби реалізації (здійснення).

Загальною метою транскордонного співробітництва є забезпечення якісних умов проживання населення з обох сторін кордону, нівелювання наявності останнього. Ця ціль повинна бути конкретизована на кожному етапі розвитку, з врахуванням тієї ролі, яку відіграє транскордонне співробітництво у житті народів.

Щоб розглянути об'єкти політики ТКС, зупинимося на його специфічних особливостях.

Першою особливістю є те, що мова йде про співпрацю, співробітництво (а не діяльність), а значить основні акценти повинні бути звернені на спільну роботу, координацію та узгодження. Враховуючи "філософію" транскордонного співробітництва – спільна робота повинна починатися етапом виявлення спільних проблем, розробки планів та вибору пріоритетів розвитку і продовжуватися етапом координації реалізації вироблених планів. На сучасному етапі для України процес співпраці виглядає так: окрема робота кожної сторони в процесі виявлення спільних проблем і вибору пріоритетів, а потім узгодження планів розвитку за окремими заходами.

Друга особливість полягає у тому, що транскордонна співпраця стосується всіх сфер життєдіяльності населення і політика повинна формуватися так, щоб у діалозі в усіх сферах життя були задіяні всі соціальні групи населення та адміністративні органи. Сьогодні в Україні співпраця здійснюється, переважно, між обласними державними органами влади.

Третя особливість стосується того, що одним із основних об'єктів політики повинен бути кордон і по відношенню до нього повинна вирішуватися двояка задача: забезпечення необхідного рівня захисту держави та намагання досягнення вільного переміщення через кордон. Для

України тут є ще й інша специфіка, яка полягає в різниці кордонів на Заході і Сході країни і менталітеті населення старих і нових прикордонних територій.

Четверта особливість стосується транзитності території а саме, пропускну здатності прикордонної інфраструктури у широкому сенсі, комунікацій, можливості обслуговування значно більших потоків людей, товарів, вантажів. Відтак, формування сектору послуг у прикордонних регіонах повинно бути пріоритетом соціально-економічного розвитку і тут дуже важлива узгоджена діяльність сторін транскордонного регіону. В Україні такі тенденції вже з'явилися, проте для Сходу держави їх доцільно значно посилювати. Таким чином, об'єктом регіональної політики ТКС є транскордонний регіон, його просторове облаштування і просторова економіка.

П'ята особливість стосується спільних природних ресурсів, передусім, водних, використання яких повинно бути раціональним з обох сторін та екологічно безпечним. При цьому жодна із сторін не може діяти на зниження рівня екологічної безпеки іншої сторони і займатися господарством без врахування інтересів сусідів. Спільні природні ресурси повинні бути першочерговим об'єктом регіональної політики транскордонного співробітництва.

Об'єктом політики ТКС повинна бути прикордонна торгівля. Це явище присутнє у всіх без винятку транскордонних регіонах незалежно від рівня розвитку країн. Ігнорувати її як явище соціально-економічного життя населення прикордонних територій, не досліджувати її і, відповідно, не розробляти політику, яка б відповідала інтересам населення і держави, не є вірним.

Всі перераховані проблеми та специфіка знайшли відображення у діяльності єврорегіонів. Тому наступним об'єктом політики транскордонного співробітництва є єврорегіони. Розвиток транскордонної співпраці у формі єврорегіонів у багатьох країнах Європи призвів до того, що периметри кордонів країн повністю охоплені єврорегіонами. Так, формування єврорегіонів на німецьких кордонах від першого у 1958 року до останніх у 1999 році повністю охопило німецькі прикордонні території. Вони успішно розвиваються у напрямі формування повністю інтегрованого простору у всіх транскордонних регіонах Німеччини. Чехія і Польща на своїх кордонах створили відповідно 13 та 15 єврорегіонів, які повністю охоплюють всі прикордонні території. В Україні на даний час 6 єврорегіонів, в яких беруть участь 8 областей, тобто менше половини. Розвиток єврорегіонів – одне з найважливіших питань політики транскордонного співробітництва.

Програмування діяльності органів регіональної влади на транскордонних ринках. Крім держави, регіональну політику розвитку транскордонного співробітництва повинні формувати обласні органи влади.

Передумовою розробки стратегії міжнародної діяльності області є обґрунтоване визначення основних проблем регіону з подальшим виділенням проблем, які можна вирішити самостійно; які потрібно вирішувати за допомогою держави і які доцільно вирішувати в рамках транскордонних і міжрегіональних угод. В останньому випадку при вірній організації можна розраховувати на допомогу європейських міжнародних структур як у методичному, інформаційному, так і у фінансовому планах.

Свідомо підкреслюючи факт "обґрунтованого" визначення проблем регіону, акцентуємо увагу на тому, що цьому визначенню мають передувати ґрунтовні науково-дослідні роботи з аналізу стану і прогнозування перспектив розвитку території, а для прикордонних територій слід брати до уваги стан і перспективи розвитку суміжних територій.

Ще один момент, на якому хотілося б зупинитися. Як вже зазначено вище, для України міжнародна діяльність регіонів – новий напрямок господарювання, який, на жаль, зовсім не забезпечений професійними кадрами. Розпочати ліквідацію цієї прогалини доцільно з системи підготовки та перепідготовки кадрів за програмою, яка, передусім, повинна передбачати введення курсів "Регіональна політика" та "Міжрегіональне та транскордонне співробітництво" на усіх економічних кафедрах¹⁵⁷.

Всі обласні державні адміністрації повинні розробити Стратегію соціально-економічного розвитку області враховуючи: 1.Наказ Міністерства економіки з питань економічної інтеграції України № 224 від 29.07.2002 "Про затвердження Методичних рекомендацій щодо формування регіональних стратегій розвитку". 2.Постанову Кабінету Міністрів України від 28 квітня 2003 р. № 621 "Про розроблення прогнозних і програмних документів економічного і соціального розвитку та складання державного бюджету".

Як було зазначено, обласна політика транскордонного співробітництва повинна бути складовою частиною регіональної стратегії. Тому, запропоновані методичні рекомендації, щоб не повторювати загальні методичні рекомендації з розробки Стратегії, для політики міжнародного співробітництва регіону будуть стосуватися лише специфічних моментів. Таким чином, необхідно розробити документ – стратегію транскордонного співробітництва області.

Міжнародне співробітництво регіону слід розглядати як таке, що формується з міжтериторіального та транскордонного. Це впливає зі специфіки завдань, які необхідно буде вирішувати. Розглянемо основну схему розробки стратегії на прикладі Львівської області (рис. 3.1)¹⁵⁸.

¹⁵⁷ Долішній М. Європейський досвід – у практику діяльності регіонів України // Зовнішньоекономічний кур'єр – 2002, – №5-6. – С. 3-4.

¹⁵⁸ Мікула Н. Міжтериторіальне та транскордонне співробітництво. Монографія.- Львів: ІРД НАН України, 2004. – 395 с.

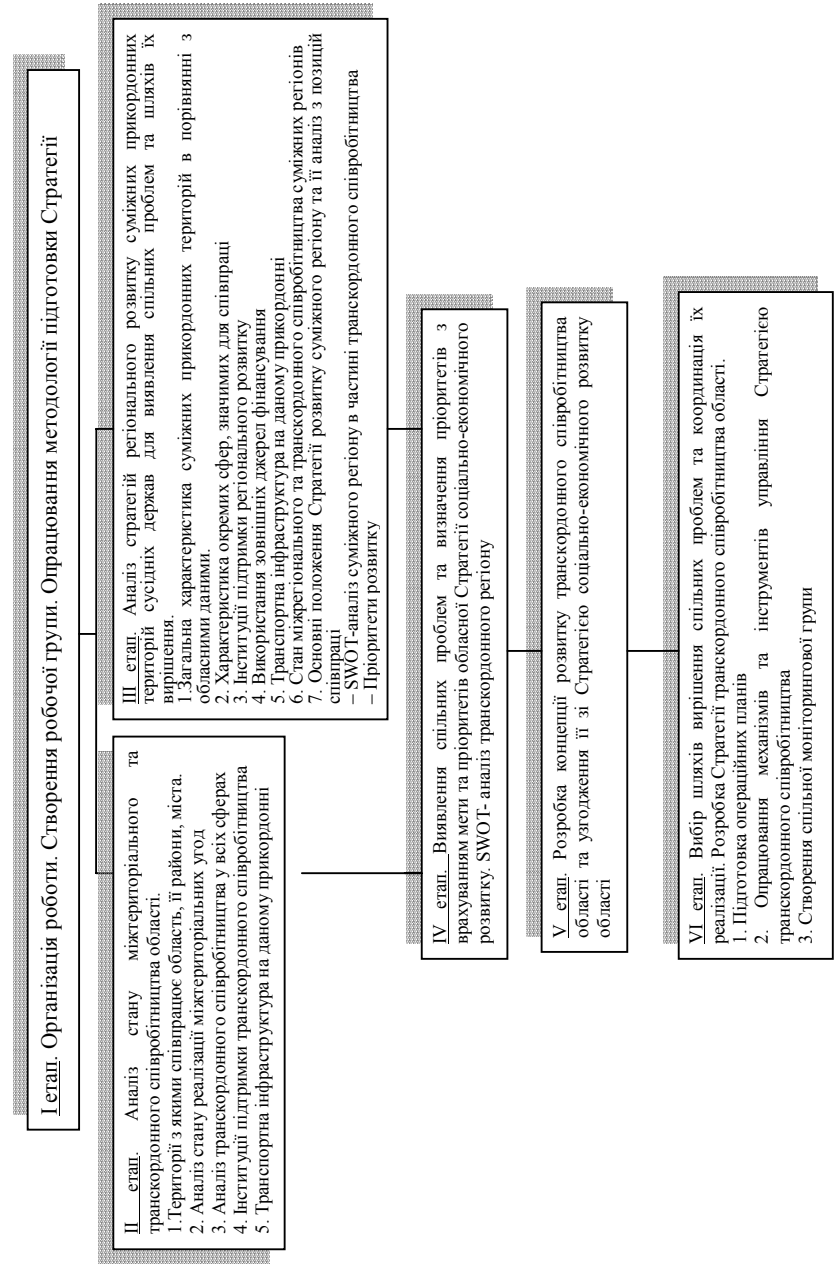


Рис. 3.1. Основна схема розробки стратегії міжрегіонального та транскордонного співробітництва для області

I етап. Організація роботи. Створення робочої групи. Опрацювання методології підготовки Стратегії.

II етап. Аналіз стану міжтериторіального та транскордонного співробітництва області. 1. Території з якими співпрацює область, її райони, міста. 2. Аналіз стану реалізації міжтериторіальних угод. 3. Аналіз транскордонного співробітництва у всіх сферах. 4. Інституції підтримки транскордонного співробітництва. 5. Транспортна інфраструктура на досліджуваному прикордонні.

III етап. Аналіз стратегій регіонального розвитку суміжних прикордонних територій сусідніх держав для виявлення спільних проблем та шляхів їх вирішення.

1. Загальна характеристика суміжних прикордонних територій в порівнянні з обласними даними. 2. Характеристика окремих сфер, наприклад: туризм, наука, освіта, культура; 3. Інституції підтримки регіонального розвитку; агенції регіонального розвитку; спеціальні економічні зони; фінансові інституції; господарські палати та товариства; осередки підтримки підприємництва; центри інновації та трансферу технологій; навчально-консультативні осередки; торгові, виставкові центри, товарні ярмарки; 4. Використання зовнішніх джерел фінансування: державні/регіональні програми підтримки ТКС; фінансова підтримка за програмами ЄС; фінансова підтримка інших донорських організацій (Міністерство міжнародного розвитку DFID, Фонди "Євразія", "Відродження", "Бертельсман" тощо); 5. Транспортна інфраструктура на досліджуваному прикордонні; 6. Стан міжрегіонального та транскордонного співробітництва суміжних регіонів; 7. Основні положення Стратегії розвитку суміжного регіону та її аналіз з позицій співпраці: SWOT-аналіз суміжного регіону в частині транскордонного співробітництва, пріоритети розвитку.

IV етап. Виявлення спільних проблем та визначення пріоритетів з врахуванням мети та пріоритетів регіональної стратегії

V етап. Розробка основних концептуальних засад стратегії розвитку транскордонного співробітництва

VI етап. Вибір шляхів вирішення спільних проблем та координація їх реалізації. 1. Підготовка операційних планів; 2. Опрацювання механізмів та інструментів управління Стратегією транскордонного співробітництва; 3. Створення спільної моніторингової групи.

Аналітична робота має бути проведена за схемою чотирьох стадій: Опис минулої і сьогоденної ситуації; Пояснення процесів що спостерігаються; Запланований розвиток даного явища або процесу; Оцінка – яким чином цей розвиток корелюється із баченням стратегії транскордонного співробітництва і баченням регіональної стратегії в цілому.

Проблемам розвитку транскордонного та міжрегіонального співробітництва приділено особливу увагу при формуванні Стратегії

економічного та соціального розвитку області, яка у відповідності з розпорядженням голови Львівської обласної державної адміністрації розробляється на період до 2011 року. На даний час розроблено концептуальні основи даної Стратегії, в яких транскордонне співробітництво визначене як один з пріоритетних напрямів стратегічного розвитку області.

Статус України як сусідньої з ЄС держави відкриває для західних прикордонних областей нові можливості щодо участі у відповідних програмах транскордонного співробітництва і при правильній організації справи можна очікувати на фінансову допомогу з ЄС. Але тут є два основних моменти:

1) для отримання фінансової допомоги необхідно мати погоджену концепцію соціально-економічного розвитку транскордонного регіону (сформовану на основі стратегій розвитку суміжних регіонів сусідніх держав);

2) потрібно забезпечити 25-30% фінансування з боку України, для цього необхідно мати законодавчу можливість співфінансування бюджетними коштами державного та місцевого рівня. Лише в цьому випадку можна заручитись довірою зарубіжних інвесторів і отримати відповідні кошти.

Концепція соціально-економічного розвитку транскордонного регіону повинна враховувати сильні та слабкі сторони транскордонного регіону та стратегії розвитку суміжних регіонів сусідніх держав.

Польща успішно використала інституційно-правовий доробок ЄС, провівши реформу адміністративно-територіального устрою та утворивши 16 воєводств шляхом укрупнення регіонів. Результатом цієї реформи стало підвищення ролі місцевого самоврядування, які повинні стати сильними самостійними суб'єктами регіональної політики. Органами самоврядування воєводств були сформовані стратегії регіонального розвитку, визначено фінансові та організаційні способи реалізації цілей.

Основні засади реалізації стратегій розвитку Підкарпатського та Люблінського воєводств, які доцільно врахувати у Стратегії розвитку транскордонного співробітництва Львівської області, наступні:

1. Ефективне використання чинників, пов'язаних з створенням платформи між країнами Західної та Східної Європи.

2. Використання специфічних особливостей розміщення у напрямках проходження міжнародних транспортних коридорів між Західною та Східною Європою, між прибалтійськими та балканськими країнами та між портами Балтійського та Чорного морів.

3. Підвищення конкурентноздатності продукції сільського господарства і орієнтація його на ринки Східної Європи.

4. Реалізація природоохоронних програм, більшість з яких повинна бути узгоджена, або реалізовуватися спільними зусиллями.

5. Інституційний розвиток, передусім, у сфері оточення бізнесу,

формування матеріально-технічної бази для розвитку гуртової торгівлі – все це створює конкуренцію для Львівщини.

6. Розвиток прикордонної інфраструктури, зменшення негативних чинників ведення візового режиму та зміни торгових стандартів.

Основні концептуальні засади стратегії розвитку транскордонного співробітництва

Розробка стратегічних напрямків розвитку транскордонного регіону вимагає вирішення декількох питань:

– ідентифікувати провідні чинники, що інтегрують регіон у транскордонних стосунках;

– обґрунтувати стратегічні цілі та завдання розвитку транскордонного регіону;

– з'ясувати які типи конкурентних переваг можуть бути досягнуті розвитком транскордонного співробітництва, а також потенційні загрози для економіки області;

– визначити сфери та стратегічні напрями співробітництва і забезпечити підготовку умов для сталого регіонального розвитку.

З аналізу стратегій регіонального розвитку суміжних прикордонних територій випливають загальна мета, спільні цілі та завдання розвитку транскордонного регіону, а саме:

Загальна мета: Зростання життєвого рівня населення та підвищення конкурентоспроможності та економічної потужності прикордонних регіонів через створення транскордонного інтегрованого економічного регіону (т.зв. "дифузної зони").

Основні цілі: розвиток добросусідських відносин між регіонами; зміцнення економічного потенціалу, зниження рівня бідності та безробіття в регіонах.

Завдання: розвиток економічної кооперації; розбудова інфраструктури; охорона довкілля; комунальний та регіональний розвиток; розвиток туризму; впровадження євроінтеграційних ідей.

Базовою для співпраці в транскордонному регіоні є господарська діяльність. Це покладено в основу вибору мети стратегії, яка полягає у створенні сприятливих умов господарського розвитку. Це означає, що транскордонне співробітництво повинно стати ефективним чинником господарського та суспільного розвитку регіону.

Важливим є максимізація синергетичних ефектів діяльності, а також мінімізація непорозумінь і конфліктів, що виникають через недостатню скоординованість дій, а також конфлікт інтересів.

До сфер стратегічної діяльності в транскордонному регіоні відносяться:

– природне середовище: діяльність спрямована на ліквідацію проблем, які шкодять іншим сферам діяльності, а також сприяють покращенню екологічного стану території регіону;

– просторовий устрій, тобто мережа міських та сільських поселень, на

яку спирається розвиток інших сфер співробітництва;

– комунікаційна мережа, зумовлена вигідним транскордонним положенням регіону;

– інфраструктура, яка визначає інтенсивність обороту капіталу, функціонування ринку і розвиток підприємств;

– туризм – найважливіша сфера співробітництва, що має великі можливості створення спільної бази співробітництва;

– наука та інноваційна діяльність – сфера, в якій можливе активне співробітництво, проведення спільних досліджень, можливість співробітництва в сфері збору, обробки й обміну інформації;

– сфера суспільних контактів.

Запропонований перелік сфер діяльності вказує на головні напрями діяльності щодо розвитку співпраці.

1. У природному середовищі діяльність у рамках співробітництва спрямована на охорону довкілля, обмеження всіх форм антропогенного впливу та раціональне використання природних ресурсів.

2. У просторовому розвитку найважливішою діяльністю є підготовка території і узгодження планів розселення та розміщення об'єктів господарювання з врахуванням вимог і тенденцій облаштування території, прийнятих у ЄС.

3. Транспортно-комунікаційна стратегія спирається на створення сприятливого внутрішньо- і зовнішньорегіонального комунікаційного доступу, забезпечення транзитних функцій та відповідного обслуговування подорожуючих.

4. Особливо виділяється сфера сприяння та підтримки розвитку місцевого бізнесу, інфраструктури оточення бізнесу, сприяння розвитку транскордонної співпраці тощо.

5. У сільському господарстві та інших галузях агробізнесу допомога розвитку транскордонної співпраці охоплює такі ж галузі, як і в несільськогосподарському підприємстві з особливим наголосом на розвиток інфраструктури та інституційних форм обслуговування співпраці. Тут можна визначити такі цілі: сприяння росту кон'юнктури на сільськогосподарські продукти власного виробництва; трансформація сільського господарства та підвищення якості продукції, сприяння взаємному максимальному використанню потужностей переробної та харчової галузей.

6. Широкі можливості транскордонного співробітництва існують в туризмі та рекреації. Можливим є розширення зовнішнього ринку через використання рекреаційного ресурсу цього регіону.

7. У сфері науки та інноваційної діяльності існують широкі можливості розвитку транскордонного співробітництва, яку можна виразити в двох групах цілей: зростання спільних досліджень і наукових обмінів та їх інституціоналізація; створення системи досліджень українсько-польського

прикордоння як потенціалів майбутньої співпраці.

8. У суспільній сфері, пріоритетне значення має активізація транскордонних контактів, як культурних та освітніх, так і приватних.

При реалізації стратегії регіонального розвитку транскордонне співробітництво можна використати для вирішення таких завдань: раціонального використання резервів робочої сили, технічних ресурсів і транспортних засобів; узгодження завантаженості потужностей для переробки сільськогосподарської та інших видів продукції й сировини; створення в прикордонних регіонах спеціалізованих господарств із насінництва і тваринництва тощо; спільне вирішення меліоративних і водогосподарських завдань; узгоджений компенсуючий обмін товарами (торгівля); взаємне економічне і технічне сприяння, створення спільних підприємств, кластерів, банків, торгових палат, вільних економічних зон, технопарків, інноваційних центрів; створення транскордонних наукових центрів, лабораторій, бюро, науково-виробничих об'єднань; розробка спільних наукових тем, що викликають взаємну зацікавленість; розширення освітніх і культурних зв'язків; розвиток рекреаційних і туристичних систем; підготовка кадрів тощо.

Базуючись на вищесказаному, виокремимо стратегічні напрями транскордонного співробітництва.

1. Розвиток прикордонної інфраструктури, зменшення негативних наслідків введення візового режиму та зміни митних регулювань.

До найістотніших проблем регіону, які вимагають практичного розв'язання, належить покращення ситуації, пов'язаної із транспортною інфраструктурою, а передусім, її розбудовою та включенням до європейської транспортної мережі.

Через польсько-український кордон проходять два важливих для усієї Європи трансконтинентальні комунікаційні коридори. № 3 та Via Intermare. Крім шосейних доріг до цих коридорів входять залізниці та трубопроводи. Згадані коридори мають стратегічне значення, адже Польща та Україна разом контролюють увесь геополітичний простір між Балтійським і Чорним морями. Відновлення та функціонування трансєвропейських транспортних коридорів можливе лише за умови створення сучасної транспортної (дорожньої) інфраструктури, передусім на українському боці транскордонної території.

В першу чергу, це стосується міжнародного транспортного коридору №3. Він простягається більше ніж на 1500 км від Берліну-Бранденбургу/Саксонії в ФРН через польські міста Вроцлав, Катовіце та Краків до України через Львів до Києва. Коридор поєднує низку традиційних економічних просторів та охоплює більше 800 км спільного прикордонного простору двох інших держав: Чехії та Словаччини. Прямі інвестиції в транспортну інфраструктуру цього коридору до 2006 року складуть 2,63 млрд. євро, а загальний обсяг коштів до 2015р. оцінюється в 5

млрд. євро. Коридор пов'язаний із 5-ма іншими трансєвропейськими коридорами. Це підкреслює майбутнє значення цього коридору як основи та джерела імпульсу розвитку для навколишніх регіонів.

Вплив такого коридору на господарський комплекс території, через яку він проходить, зокрема, через розвиток вторинної транспортної мережі та її зв'язку із головними магістралями, розвитку відповідної сервісної інфраструктури, розповсюджується в зоні 200 км. Покращення транспортної доступності регіонів вздовж коридору дасть новий імпульс для розвитку периферійних регіонів, ініціювання мережі зв'язків та спільних проектів [98, 274].

Для області дуже важливим є якісна і швидка побудова ділянки автостради Краківець – Львів – Броди. Від успішного розв'язання цього завдання, як і від розбудови вторинної мережі доріг, великою мірою залежить швидкість залучення регіону до європейського економічного простору.

Тут також можна говорити про необхідність спільних досліджень та реалізацію спільних проектів (зокрема, мало дослідженими є проблеми впливу транспортних коридорів на екологію; проблеми розселення та зайнятості населення, що проживає в зоні впливу таких коридорів тощо).

У майбутньому важливу роль у інтеграції прикордоння відіграватиме траса у південному напрямку Бялисток–Люблін–Жешув–Барвінек (перехід кордону з Словаччиною). Ця дорога повинна з'єднати південь Польщі з розвинутим комунікаційним коридором Via Baltica, який тягнеться від Талліна у Естонії через Ригу в Латвії, Вільнюса в Литві до польського кордону, а далі через Бялисток до Варшави. Траса Бялисток–Люблін–Жешув–Барвінек, автоматично включається у функціонування міжнародних транспортних коридорів Via Baltica, Via Intermare та коридору №3, зумовлюючи економічну активізацію у прикордонних регіонах.

Мережа доріг з міжнародним статусом буде створювати передумови для розвитку доріг державного та регіонального значення. Модернізація доріг у регіоні покликана покращити доступ до важливих міжнародних коридорів для транзитного руху, підвищити проникливість кордонів, а також налагодити комунікаційні зв'язки між державами.

2. Розвиток економічної кооперації та інфраструктури оточення бізнесу. Існують особливо добрі умови для економічної кооперації внаслідок просторової близькості регіонів. Цей специфічний потенціал повинен працювати в інтересах розвитку економічної потужності регіонів, на збереження та створення робочих місць. Коопераційні можливості є передусім в таких галузях, як переробна та харчова промисловість, сфера послуг, сільське господарство, банківська сфера, індустрія будівельних матеріалів, комунальне господарство тощо.

Важливим фактором кооперації є транскордонна співпраця між торговими палатами, іншими економічними об'єднаннями та виставковими

організаціями.

Перспективним є створення привабливих пропозицій та спільне використання промислових площ (т.зв. кореспондентські виробничі території), митних та безмитних складів, супермаркетів, гіпермаркетів (на прикладі німецько-польського прикордоння), формування матеріально-технічної бази для розвитку гуртової торгівлі.

Важливим елементом співробітництва має стати розвиток логістичної мережі для забезпечення транскордонного руху товарів та послуг для реалізації переваг свого географічного положення, як європейського транскордонного вузла транспортних коридорів.

Перспективними для українсько-польського прикордоння інноваційними організаційними формами можуть бути інноваційні центри, кластери та технопарки.

Організаційна складова політики розвитку українсько-польського прикордоння має передбачати формування технопарків (приклад – Львівтехнополіс), територіальних інноваційних центрів (приклад – "Броди"), кластерного підходу до розвитку міжрегіональних транскордонних зв'язків. Важливе значення має подальше розширення метрополійних функцій Львова, розміщення тут представництв іноземних фірм, банків, інших організацій, широкої виставкової діяльності та туризму. Необхідно також розширювати практику організації українсько-польських виставок, семінарів, презентацій фірм на місцевому рівні.

З огляду на необхідність формування в регіонах України інноваційних моделей розвитку великого значення набуває наука, як та галузь діяльності, в якій ці моделі формуються. Львівська область, і зокрема Львів має потужний науковий потенціал, який повинен використовуватися набагато ефективніше. Тут зосереджено багато академічних і галузевих НДІ, є велика кількість вільних виробничих площ, що більш ніж достатньо для створення потужного технопарку, який би сприяв як забезпеченню інноваційного розвитку економіки і випуску наукомісткої, конкурентоздатної продукції.

3. Підвищення конкурентоздатності продукції сільського господарства.

Співробітництво у цій сфері повинно бути пов'язано із спільною виробничою діяльністю у розвитку сільськогосподарського виробництва і переробки сільськогосподарської продукції, а не з одностороннім інтервенціонізмом. Слід зазначити, що одним із головних стратегічних пріоритетів сусідніх воєводств є реструктуризація сільського господарства, направлена на підвищення конкурентоздатності його продукції, яку необхідно експортувати у Східну Європу, враховуючи сприятливі умови співпраці з цими країнами. В цьому плані виникає реальна загроза для власних сільгоспвиробників.

Напрямами діяльності у цій сфері повинні стати:

– здійснення підготовки кадрів, створення і забезпечення

функціонування нових організацій державного інтервенціонізму в агропромисловому виробництві, діючих в ринкових умовах (регулювання аграрного ринку, приватизація державних сільськогосподарських підприємств, модернізація і реструктуризація сільського господарства, кредитування).

– розвиток інфраструктури інституцій агробізнесу, організація прямого збуту товарів

Співробітництво в агропромисловому виробництві можна розвивати у наступних напрямках:

– створення спільних підприємств по вирощуванню сільськогосподарської продукції (наприклад цукрового буряка, ріпака тощо) з використанням новітніх, в т.ч. польських технологій;

– поставки польською стороною не товарів а технологій, наприклад хлібопекарень, млинів для виробництва круп, технологій ведення садівництва та ягідництва;

– організація спільного виробництва машин і обладнання для механізації технологічних процесів.

4. Реалізація природоохоронних програм, більшість з яких повинна бути узгоджена, або реалізовуватися спільними зусиллями.

Геополітичне положення українсько-польського прикордоння вимагає скоординованих дій у сфері охорони навколишнього середовища. Робота в цьому напрямі повинна розширюватись і передбачати:

– моніторинг транскордонного переносу забруднень повітря, води, розробка спільних програм щодо їх зменшення;

– охорону природного середовища, узгодження утримання заповідників, національних парків, створення нових спільних таких територій;

– охорону і раціональне використання надр;

– контроль за транзитом промислових відходів через прикордонні регіони.

5. Туризм та рекреація. Важливим напрямком розвитку ТКС є сфера туризму, розвиток якої пов'язаний із добре збереженим природним середовищем та культурною спадщиною, що характерно для Карпатського регіону.

6. Просторовий розвиток. Важливого значення набуває розробка спільної стратегії просторового розвитку, яка передбачає:

– розробку просторових стратегій щодо збалансованого економічного і соціального розвитку прикордонних територій;

– передачу технологій, спільних досліджень, обмін досвідом з питань просторового планування;

– вдосконалення інфраструктурного забезпечення прикордонних територій.

– сприяння міському, сільському розвитку;

– розвиток транспорту, комунікацій, енергетичних систем;

– захист навколишнього середовища, розвиток енергетики і відновлювальних джерел енергії;

Частиною процесу просторового планування повинна стати розробка та впровадження маркетингових планів розвитку прикордонних регіонів. Особлива увага повинна бути приділена соціально-економічному розвитку сільських територій і малих міст.

6. Комунальний та регіональний розвиток. Він має вплив на економічний розвиток та ринок праці. За рахунок ТКС можна забезпечити зростання економічного потенціалу через обмін інформацією та спільну розробку проектів в областях:

– покращення туристичної інфраструктури, розробка та впровадження спільних проектів;

– розвиток сільського простору: розвиток сільського та лісового господарства, охорона довкілля, відновлення сіл, розвиток ремесел, послуг, туризму, збут товарів.

– розвиток професійного регіонального маркетингу;

– розвиток транскордонного регіонального планування як основи для вирішення завдань розбудови транскордонної інфраструктури та оптимального застосування громадських коштів;

– зміцнення підприємництва, розвиток малого і середнього бізнесу, підтримка місцевих ініціатив зайнятості;

– адаптація ринку праці;

– залучення ресурсів у сферу освіти, культури, охорони здоров'я;

7. Важливим є питання розвитку інституційних форм, у яких може мати місце партнерство місцевих і регіональних органів влади з обох сторін кордону. До них можна віднести спільні агентства регіонального розвитку, які можуть бути мобільними і здатними на інновації. Принцип їх формування та функціонування повинен відповідати європейським принципам транскордонного співробітництва. Такі агентства можуть бути залучені до процесу спільного просторового планування, розробки спільних проектів регіонального розвитку прикордоння.

8. Розвиток співробітництва у сфері науки, освіти та культури. Подальше сприяння розвитку співробітництва у сфері науки, освіти та культури: розширення творчих зв'язків між музеями, культурно-просвітницькими та мистецькими організаціями, науковцями, вищими навчальними закладами. Створення спільних науково-дослідних і вищих навчальних закладів.

Особливе місце у транскордонному співробітництві повинна займати співпраця в освітній та науковій сфері, нові форми якої повинні бути органічно вписані у регіональні стратегії розвитку Львівської області та Підкарпатського воєводства.

9. Охорона здоров'я. Розвиток ТКС у цій сфері повинен, передусім, вирішити проблеми медичного страхування на території транскордонного

регіону і можливості отримання медичної допомоги незалежно від місця проживання та громадянства.

10. Впровадження євроінтеграційної ідеї. Найкраще бар'єри знищуються через участь в спільних заходах та налагодження нових зв'язків та контактів. Співпраця служить не тільки для взаєморозуміння, а і підготовці до євроінтеграції. В цьому плані важливим є поглиблення та розвиток контактів в сфері освіти, культури та спорті. Повинні поширюватися знання про європейську політику, історію та інституції ЄС. Це дасть можливості для більш активної участі в процесах європейської інтеграції, співпраці з іншими європейськими регіонами, використання європейських коштів підтримки.

11. Покращення інформаційного забезпечення розвитку українсько-польської транскордонної співпраці. Воно повинне охопити: збір та обмін інформацією про економічний, науковий і культурний потенціал українських та польських прикордонних земель; випуск інформаційних довідників; обмін торговою та бізнесовою інформацією про підприємства, товариства фірми й комерційні центри, що розміщені на транскордонній території; розробку автоматизованих інформаційних систем, програмного забезпечення для підтримки та оновлення баз даних про сучасний стан прикордонних територій на основі спільних форматів даних і форматів обміну цими даними між українською та польською сторонами; всесторонній обмін інформаційним матеріалом, методичною літературою, передачею досвіду та навчання персоналу для роботи у структурах, які задіяні в міждержавних зв'язках.

Концепція стратегічного розвитку системи транскордонного співробітництва повинна реалізуватися відповідно розробленої програми. Така програма повинна розроблятися спільною українсько-польською робочою групою як модуль програм соціально-економічного розвитку Львівської області, Підкарпатського та Люблінського воєводств.

За нашими даними концепція спільного розвитку транскордонного регіону розроблена для чотирьох областей українсько-польського прикордоння та українсько-угорського прикордоння, а також для територій – учасників "Карпатського єврорегіону".

3.2. Інфраструктурне забезпечення транскордонних ринків

Конкурентоспроможність регіону серед іншого визначається його інфраструктурним забезпеченням: розвитком базової, технологічної, наукової та соціальної інфраструктури. Для транскордонних ринків, передусім, важливий розвиток **комунікаційної прикордонної інфраструктури**, під якою розуміють сукупність інституцій, що забезпечують інтегруючу функцію кордону, а саме: пункти перепуску через

кордон, що включають митну, прикордонну, спеціальні контрольні служби (ветеринарну, фіто, санепідеміологічну, радіаційну тощо); сервісну інфраструктуру, що призначена для обслуговування людей, машин та вантажів; мережу страхових, банківських, інформаційно-реklamних організацій; об'єкти і споруди всіх видів транспорту (залізничні шляхи і станції, автодороги, водні шляхи, порти і пристані, газо- і нафтопродуктопроводи, аеродроми, лінії передач тепло- та електроенергії); водогосподарські системи (гідротехнічні споруди, об'єкти водопостачання); лінії зв'язку, що обслуговують виробництво і населення; автоматизовані системи управління, придорожня інфраструктура. Рівень її розвитку і технічного оснащення забезпечує нормальні умови руху через кордон. Слід зазначити, що специфіку комунікаційної прикордонної інфраструктури визначають:

- наявність і необхідність облаштування кордону;
- значно вище навантаження на всю інфраструктуру регіону за рахунок транзиту;
- необхідність спільного використання природних ресурсів суміжними територіями;
- більш різнобічне взаємне спілкування населення сусідніх держав, у тому числі прикордонна торгівля;
- необхідність спільного вирішення проблем екологічної безпеки;
- необхідність узгодження планів просторового облаштування суміжних територій сусідніх держав.

Доступність та легкість перетинання кордону є визначальним у конкурентності транскордонних ринків. Так, Україна втрачає свій транзитний потенціал через "важкий" перетин кордону. Транзитні вантажопотоки намагаються оминати Україну через Білорусію та по Дунаю через Румунію. Про українські пункти перепуску серед водіїв та громадян також існує незалежна інформація щодо можливостей швидкого перетину кордону.

Складність перетину кордону обумовлена:

- Введенням візового режиму з країнами ЄС і майбутніми його членами.
- Документи, що регулюють торгівлю та митні процедури не відповідають сучасним вимогам.
- Процедура перетину кордону є надмірно складною.
- Оточення та митне середовище не є прозорим, що призводить до корупції.¹⁵⁹

Слід однак зазначити, що євроінтегаційні процеси України та прикордонна торгівля мали значний вплив на розвиток прикордонної

¹⁵⁹ Оцінка стану українсько-польської прикордонної торгівлі. Виконавчий звіт на замовлення Агенції США з міжнародного розвитку (USAID) згідно контракту GS00K97AFD2185. Вересень 2005. / www.iclogistics.com

інфраструктури. На початку 90-х між Україною та Республікою Польща було лише два пункти перепуску через кордон – залізничний Мостиська – Медика та автомобільний – Шегині-Медика. На даний час цей кордон обслуговують 12 залізничних і автомобільних, а також повітряні пункти перепуску через кордон і найближчим часом планується введення, принаймні, ще двох. В додатку 3 представлені дані щодо існуючих пунктів перепуску державного кордону України по всьому його периметру. На даний час існує 240 пунктів перепуску через кордон (табл.3.1), із них 48 – залізничні: із Польщею – 6, із Словаччиною – 2, із Угорщиною – 3, із Румунією – 6, із Білоруссю – 6, із Росією – 15, із Молдовою – 10; 128 – автомобільні: із Польщею – 6, із Словаччиною – 4, із Угорщиною – 4, із Румунією – 7, із Білоруссю – 30, із Росією – 34, із Молдовою – 43; 46 – морських та річкових портів; 18 – міжнародних аеропортів; у т.ч. 26 окремих пунктів місцевого перепуску.

Таблиця 3.1
Транскордонна інфраструктура України за станом на 2004 р.

Кордон з:	Протяжність кордону, км	Кількість автошляхів, що утворюють перетин кордону	Кількість автомобільних пунктів перетину кордону	Ділянка кордону на один пункт перетину кордону, км	Кількість залізничних шляхів, що перетинають кордон	Кількість залізничних пунктів перепуску	Ділянка кордону на один залізничний пункт, км
Білорусією	1084	24	30	36,1	7	6	154,9
Росією	2295	64	34	67,5	21	15	122,2
Молдовою	1222	58	43	28,4	10	10	120,2
Румунією	613,8	21	7	87,7	6	6	101,3
Угорщиною	136,7	9	4	34,2	3	3	45,0
Словаччиною	98	4	4	24,5	2	2	49,0
Польщею	542,4	16	6	90,4	7	6	90,3
Разом	5638,6	195	128	44,1	56	48	117,1

Джерела:

1. Карпатський єврорегіон. Туристична карта. Варшава, 2002.
2. Атлас автомобільних дорог. Восточная Европа и Кавказ: – Минск, Тривиум, 1999. – 200 с.
3. Дністрянський М.С. Україна в політико-географічному вимірі. – Львів, 2000. – 310 с.

За своїм статусом пункти перепуску через кордон поділяються на міжнародні (136), міждержавні (78) та місцеві (26)¹⁶⁰. Вантажо- та пасажиропотоки через кордон обслуговуються 51 митницею і 136 митними постами¹⁶¹.

Процес розбудови прикордонної інфраструктури продовжується. За даними табл. 2.2, кількість автошляхів, що утворюють перетин кордону набагато більша, ніж кількість пунктів перепуску, тобто є можливість розвитку. Слабо розбудована ділянка кордону з Польщею та Румунією (90,4 та 87,7 км між пунктами перепуску), недостатньо з Росією (67,5 км), більш-менш розбудований українсько-молдавський кордон (28,4 км). На кордоні з Словаччиною ситуація поліпшилась після відкриття ще двох автомобільних пунктів перепуску (24,5 км). Відкриття п/п Смільниця на кордоні з Польщею восени 2002 року не змінило ситуацію.

Окрім недостатньої кількості пунктів перепуску через кордон сама процедура обслуговування потоків є рудиментом на думку експертів, що оцінювали рівень застосування інформаційно комунікаційних технологій при перетині кордону України. Найбільше чим були вражені експерти, що всі процедури виконуються на папері. Єдиним елементом інформаційно комунікаційних технологій (ІКТ) на Рава-Руській митниці були камери, що фіксували номерні знаки вантажівок з комерційним вантажем. Проте й цей елемент ІКТ не був інтегрований ані у загальну систему збору даних, ні у процес управління митницею. Замість створення та збереження цифрових знімків та поєднання їх із відповідними даними про перетин кордону певним транспортним засобом, ці знімки роздруковуються та прикріплюються до паперових форм митних документів¹⁶².

Основні виявлені недоліки:

Відсутність практичного застосування **електронних підписів**. Основним інструментом завірення документу є печатка.

Паперотворчий спосіб мислення. Майже всі процедури потребують оформлення на папері. Велика кількість різноманітних форм та копій є нормою для усіх процесів за участю урядових установ.

Невеликі можливості впровадження ІТК у роботу державних установ через менталітет бюрократії на місцях, який залишається незмінним навіть при зміні керівництва.

Нестача професійної підготовки. Немає достатньої кількості кадрів,

¹⁶⁰ Інформація облдержадміністрацій. / www.kmu.gov.ua.

Новікова А.М. Пашенко Ю.С. Вдосконалення транспортного сполучення через державний кордон України, К. 2001, 210 с.

Атлас автомобільних дорог. Восточная Европа и Кавказ: – Минск, Тривиум, 1999. – 200 с.

¹⁶¹ За даними Державної митної служби України. / www.kmu.gov.ua.

¹⁶² Оцінка стану українсько-польської прикордонної торгівлі. Виконавчий звіт на замовлення Агенції США з міжнародного розвитку (USAID) згідно контракту GS00K97AFD2185. Вересень 2005. / www.iclogistics.com

які б могли використовувати ІТК та працювати у сучасному ІТК оточенні.

Недостатня стандартизованість процесів. На кордоні бракує стандартизованості, особливо щодо форм документів, що постійно змінюються.

В епоху економіки знань, підвищення конкурентоспроможності прикордонної інфраструктури, ефективності прикордонної торгівлі значною мірою визначається використанням інформаційно комунікаційних технологій.

Як показують останні п'ятдесят років історії, ріст торгівлі є найбільш певним способом досягнути зростання добробуту та підвищення рівня стандарту життя цілої нації. Прикордонна торгівля дозволила вижити населенню у складний трансформаційний період економіки всіх постсоціалістичних країн. Завдяки їй виникли тисячі підприємств малого та середнього бізнесу, які забезпечили робочими місцями мешканців прикордоння, а значить доходи сімей, дали значний імпульс відродження господарської діяльності країни. Україна, на жаль, відстає у цих процесах. За твердженням зарубіжних експертів, найбільше проблем для поживлення прикордонної торгівлі становлять: застаріла фізична інфраструктура, відсутність інституційної мережі та інформаційно комунікаційних технологій¹⁶³.

Як зазначає Фонд Блейзера, труднощі при веденні бізнесу в країні мають три форми – корупція, бюрократія та приховані інтереси. Щоб вступити до ЄС Польщі довелося здійснити докорінні зміни, що призвело до оновлення процедур зовнішньої торгівлі та збільшення їх прозорості. Стратегічний курс України на вступ до ЄС, виконання Копенгагенських критеріїв, вступ до СОТ сприятимуть прискореному подоланню цих негативних тенденцій, поряд із використанням інформаційно комунікаційних технологій. Оформлення трансакцій в електронному виді при меншому людському втручанні, зменшує можливості отримання хабарів, підвищує шанси на удосконалення інституційної мережі урядових установ та робить більш привабливим і конкурентоспроможним українського партнера для співпраці.

3.3. Удосконалення організації інформаційного забезпечення транскордонних ринків

Методичні підходи до удосконалення регіональних систем інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва

Для підвищення ефективності інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва необхідні системна інтеграція

¹⁶³ Там само. С.40.

інформаційних технологій, створення єдиного інформаційного простору ділового співробітництва, що представляє собою сукупність баз і банків даних ділової інформації, технологій їхнього ведення і використання, телекомунікаційних систем і мереж, що функціонують на основі єдиних принципів і загальних правил, які сприяють розвитку підприємництва і соціально-економічних систем.

Попередньо встановлено, що функції інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва полягають у:

- формуванні та поширенні фонові інформації;
- створенні умов для проведення ефективного обміну цільовою інформацією.

Формування системи забезпечення фонові інформацією

Раніше зазначалося, що за одним з підходів регіональної економіки територію можна розглядати як квазі-корпорацію¹⁶⁴, що дає можливість розглядати регіон як об'єкт мікроекономічного аналізу, і відповідно рекомендувати структурам, які представляють регіон, використовувати методи та інструменти, притаманні для ведення конкурентної боротьби між суб'єктами господарювання на різноманітних ринках.

В даний підхід добре вписується ідея використання "маркетингу територій" як одного з інструментів регіонального управління. Маркетинг територій приваблюватиме іноземних туристів, сприятиме заохоченню закордонних бізнесменів та інвесторів до співпраці з суб'єктами господарювання даної території¹⁶⁵.

Територіальний маркетинг – це маркетинг в інтересах території, її внутрішніх суб'єктів, а також зовнішніх суб'єктів, в увазі яких зацікавлена територія.

Напрями та характерні особливості маркетингу окремого регіону формуються з огляду на проблеми, притаманні регіону в даний момент чи очікувані в відносно недалекому майбутньому. Майже усім регіонам України тривалий період часу, а деяким і до сих пір, було притаманне зниження привабливості регіону для туристів, інвесторів, інших осіб, здатних додати регіону нові сили, влити в нього "свіжу кров". Регіон може стикнутися з проблемою відтоку фінансових, трудових і інших ресурсів з регіону. Часто зустрічається проблема одночасного забезпечення привабливості регіональних товарів усередині території та нарощення переваг їх експорту за межі регіону.

Деякі регіони цілеспрямовано формують у свідомості певні регіональні бренди продуктів, їх асоціації з назвами регіонів. Найчастіше назви регіонів асоціюються з продуктами харчування: пиво "Львівське" та "Оболонь",

шампанські вина "Київ" та "Одеса", вина "Коблево" та "Шабо", горілка "Немирів", Київський торт, котлета по-київськи; проте існують і інші приклади: автобуси ЛАЗ (Львівський автобусний завод), вантажні автомобілі та автобуси КраЗ (Кременчуцький автомобільний завод).

Цільові групи (ринки), тобто "споживачі територій", можуть бути класифіковані за низкою ознак та критеріїв. Найбільш значні з них утворюють пари "резиденти – нерезиденти" (критерій територіальної приналежності, постійного проживання, розташування) і "фізичні особи – юридичні особи" (критерій юридичного статусу).

Для ефективного просування території необхідно знати:

– які люди, організації залучені в процес прийняття рішення про вибір території і які їх ролі?

– які критерії використовуються ними?

– які типові схеми, стереотипи, прийоми ініціювання, впливу й ухвалення рішення про вибір території?

Суб'єктами, що активно здійснюють просування і, умовно говорячи, "продаж територій", виступають територіальні органи влади й управління, регіональні агентства економічного розвитку, туристичні оператори й агентства, торгові дома, спортивні комітети і федерації, будь-які інші структури, які локалізовані на території і проявляють активність з метою привернення до неї уваги потенційних споживачів (замовників продукції) і утримання вже існуючих. В цій ролі можуть виступати і органи транскордонного співробітництва.

Основною метою цих суб'єктів маркетингу території є створення, підтримка чи зміна думок, намірів і/чи поведінки суб'єктів-споживачів. Більш конкретними завданнями є:

– привабливість, престиж території (місця) у цілому;

– привабливість зосереджених на території природних, матеріально-технічних, фінансових, трудових, організаційних, соціальних і інших ресурсів, а також можливостей реалізації і відтворення таких ресурсів.

Для реалізації своєї цільової орієнтації маркетинг територій виробляє комплекси заходів, що забезпечують:

– формування і поліпшення іміджу території, її престижу, ділової і соціальної конкурентноздатності;

– розширення участі території і її суб'єктів у реалізації міжнародних, загальнодержавних, регіональних програм;

– залучення державних і інших зовнішніх стосовно території замовлень;

– підвищення привабливості вкладення та реалізації на території ресурсів, зовнішніх стосовно неї;

– стимулювання придбання і використання власних ресурсів території за її межами для її вигоди й у її інтересах.

Традиційно виділяються чотири великих групи стратегій маркетингу територій, націлених на залучення нерезидентів і резидентів, розвиток

¹⁶⁴ Гранберг А.Г. Основы региональной экономики. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 495 с.

¹⁶⁵ Панкрухин А.П. Муниципальное управление: маркетинг территорий. – М.: Логос, 2002. – 64 с.

промисловості чи експорту регіональних продуктів. Це стратегії умовно можуть бути названі: маркетинг іміджу, маркетинг привабливості, маркетинг інфраструктури і маркетинг населення, персоналу.

Основна мета маркетингу іміджу – створення, розвиток і поширення, забезпечення суспільного визнання позитивного образу території.

Імідж регіону обумовлюється якістю функціонування розташованих в ньому суб'єктів господарювання, комунікацій, системи обслуговування тощо.

В Україні значну роль у формуванні іміджу регіонів відіграють географічні, кліматичні, національні й інші відмінності, притаманні великим країнам. З іншого боку, імідж регіону принципово залежить від його економіки і тієї ролі, яку відіграє регіон в народному господарстві країни (донора чи реципієнта), від характеру взаємин з центральною владою й іншими установами й організаціями, від сформованої динаміки макроекономічних регіональних пропорцій.

Маркетинг привабливості чи маркетинг визначних пам'яток і розваг доповнює маркетинг іміджу. В основному це заходи, спрямовані на підвищення привабливості даної території для людини. Більшість територій не відмовилися б від розвитку особливих рис, що гарантують конкурентні переваги в суперництві територій. Територія використовує при цьому або природні визначні пам'ятки (ріки, озера, моря, гори), або історичну спадщину (музеї, пам'ятники архітектури, храми), або відомі особистості, або об'єкти культури і відпочинку (стадіони, культурні і торгові центри, парки).

Стратегії визначних пам'яток, далі, відрізняються в залежності від їх кількості і звичайної тривалості їх огляду. Але будь-яка визначна пам'ятка території не може бути єдиним об'єктом уваги в регіональному маркетингу. Комплексне оформлення території як єдиного цілого підвищує її привабливість і унікальність, естетичні достоїнства.

Необхідність маркетингу інфраструктури обумовлена тим, що ні масштабна діяльність по формуванню іміджу території, ні навіть насичення її особливими привабливими об'єктами, включаючи екзотичні, не замінить планомірної роботи з забезпечення ефективного функціонування і розвитку території у цілому. Для маркетингу головне те, що забезпечує успіх території – ступінь цивілізованості ринкових відносин на цій території. На території повинне бути зручно жити, працювати і розвиватися, а для цього потрібно насамперед розвивати інфраструктуру житлових районів, промислових зон, іншими словами – ринкову інфраструктуру.

Аргументи, що дозволяють управляти довгостроковим інтересом до території з боку її споживачів, поділяються на дві великі групи: аргументи функціонування й аргументи розвитку.

До основних аргументів функціонування території відносяться: забезпечення особистої безпеки й охорона громадського порядку; стан і

експлуатація житлового (у тому числі готельного) фонду; стан доріг, транспортне обслуговування; водо-, газо-, тепло-, електропостачання; збирання сміття; наявність парків, благоустрій; наявність і розвиток шкіл, дитячих дошкільних установ (особливо – для резидентів). Для бізнесу це – податкові стимули, можливості придбання або оренди землі і компонентів інфраструктури тощо.

Серед аргументів перспективності, розвитку території в першу чергу можуть бути названі: виникнення нових і розвиток старих виробництв; динаміка виробничої і ринкової інфраструктури, комунікацій; рівень зайнятості і її структура; рівень добробуту; динаміка інвестицій; розвиток вищої і після вузівської освіти.

Маркетинг інфраструктури є найважливішою і в довгостроковому плані найбільш стабілізуючою складовою маркетингу регіону, оскільки сама інфраструктура – його несучий каркас і фундамент одночасно. Надійне енергопостачання, належна освіта, чиста питна вода, розвинені комунікації, безпека на вулицях – ознаки розвиненої інфраструктури. Її наявність ще не гарантує регіонального розвитку, але її відсутність або поганий стан робить розвиток неможливим.

Говорячи про маркетинг населення та персоналу, необхідно звернути увагу на те, що території з різним станом справ, проблемами і потребами в сфері зайнятості, вибирають різні стратегії. Так, території з низьким рівнем зайнятості і дешевою робочою силою можуть висувати аргумент для залучення промисловців, підприємців сфери послуг тощо з метою створення нових робочих місць. Якщо робочих рук не вистачає, а робочих місць у надлишку, то території, прагнучи залучити нові кадри, можуть підкреслювати, рекламувати позитивні можливості для проживання і перспективи професійного зростання, високу заробітну плату, можливість вибору професії тощо. Можливий і адресний маркетинг, націлений на залучення людей конкретних професій, певних рівнів кваліфікації¹⁶⁶.

Детальніше розглядаючи заходи щодо формування іміджу території через поширення фонові інформації слід згадати, що, як зазначалося раніше, до фонові інформації відноситься інформація про інституційну структуру, формальну частину якої формують закони та підзаконні нормативно-правові акти.

В попередньому розділі відмічалася наявність ефективної системи забезпечення нормативно-правовою інформацією загальнодержавного масштабу через сайт Верховної Ради України (<http://www.rada.gov.ua/> або <http://www.rada.kiev.ua/>). Проте недоступність нормативно-правової бази регіональних органів влади залишається одним з основних бар'єрів для

¹⁶⁶ Там же.

розвитку підприємництва¹⁶⁷.

Питання забезпечення нормативно-правовою інформацією регіонального рівня можна вирішувати двома шляхами:

- включення нормативно-правових актів регіональних органів влади у базу нормативно-правових актів Верховної Ради України;
- формування регіональних баз нормативно-правових актів.

На даний момент у базі нормативно-правових актів Верховної Ради України знаходяться не лише нормативно-правові акти органів влади (законодавчої, виконавчої та судової), але й деякі рішення керівництва великих підприємств та публікації у пресі на юридичну тематику. Зокрема станом на 12 травня 2005 р. в базі нормативно-правових актів Верховної Ради України "Законодавство України" знаходилось 82715 документів 244 видавників. Нажаль, в даній базі знаходиться лише 5 (п'ять) документів 3 (трьох) регіональних органів влади: Верховна Рада Автономної Республіки Крим – 2, Київська міська рада – 1, Рада Міністрів Автономної Республіки Крим – 2.

Таким чином, дані прецеденти дають можливість стверджувати про відсутність технічних перешкод на включення нормативно-правових актів регіональних органів влади до бази нормативно-правових актів Верховної Ради України "Законодавство України". А отже проблема, скоріш усього, полягає в організаційній площині. Вирішувати дану проблему легше саме на регіональному рівні, бо вже тривалий час документи в регіональних органах влади готуються спочатку у електронній формі, а лише потім роздруковуються. Тобто з організаційної точки зору спочатку необхідно формувати регіональні бази нормативно-правових актів.

Формування регіональних баз нормативно-правових актів повинно передбачати розробку структури бази, наповнення її та розробку інтерфейсу доступу до матеріалів, розміщених у базі. Замість розробки власної структури бази доречно буде скористатися вже розробленою та апробованою структурою бази нормативно-правових актів Верховної Ради України "Законодавство України". Це дозволить з одного боку зекономити час та кошти на розробці структури бази, а з іншого – зекономити час та кошти під час використання цих баз, бо у будь-якому випадку рано чи пізно постане питання їх інтеграції.

Інтеграція баз нормативно-правових актів, як і будь-яких інших баз, може проходити двома шляхами:

- розробка єдиного спільного інтерфейсу доступу до цілого ряду баз нормативно-правових актів;
- синхронізація баз нормативно-правових актів, тобто обмін

документами між базами.

У будь-якому випадку наявність єдиної структури бази, а відповідно і єдиного формату даних, значно спростить організацію доступу до даних та/або обміну даними, а відповідно і зекономить час та кошти.

Окрім проблеми відсутності нормативно-правової інформації регіонального рівня існує ще проблема поширення цієї інформації за кордон, яка полягає у тому, що нормативно-правова інформація є текстовою інформацією, тобто однією з найменш формалізованих видів інформації (менш формалізованими є лише візуальна, аудіо та відео інформації). Ця обставина майже унеможливує передачу інформації між інформаційними середовищами, що використовують різні знакові системи. В повній мірі це відноситься і до передачі текстової інформації за кордон, тобто в середовище, яке використовує іншу мову.

Вирішувати дану проблему можна двома шляхами:

- попередня підготовка (переклад) документу на всі можливі мови;
- використання засобів автоматичного перекладу.

Кожен з цих шляхів має як переваги, так і недоліки. Перевагою використання попереднього перекладу є однозначність та відповідно високий рівень вірного розуміння у читача. Недоліком є його висока вартість.

Використання засобів автоматичного перекладу є прогресивнішим напрямом. Враховуючи зростаючі обсяги обміну інформацією, можна стверджувати, що такі засоби в майбутньому будуть економічно ефективними. Проте, необхідно визнати, що якість перекладу, здійсненого автоматизованими засобами, на даний момент є незадовільною. Крім того, слід відмітити, що такі системи існують лише для незначної кількості напрямків перекладу.

Тобто на даний час для вирішення питання перекладу нормативно-правових актів на інші мови правильним буде підхід, відповідно до якого спочатку будуть відібрані ті нормативно-правові акти, які викликають найбільший інтерес за кордоном, тобто ті, які регулюють зовнішньоекономічну діяльність, та перекладені на мови тих країн, у інтенсифікації зв'язків з якими є найбільша зацікавленість.

Окрім нормативно-правових актів, органи влади продукують значні обсяги ділової інформації різного характеру: аналітичного, регулятивного, рекламного тощо. Як показано у попередньому розділі, до цього процесу залучені практично усі органи влади.

Найважливішу роль у формуванні та поширенні фонові ділової інформації загальнодержавного масштабу на даний час відіграє Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України. З огляду на цей факт, доцільно на сайті Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції (<http://www.me.gov.ua/>) інформацію подавати не лише українською мовою, але і з огляду на глобалізацію мовами провідних

¹⁶⁷ Концепція Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва / Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://www.dkrp.gov.ua/activity/infras4.php>.

країн світу (англійська, німецька, французька) та з огляду на регіоналізацію мовами найближчих країн-сусідів (російська, білоруська, польська, словацька, угорська, румунська, молдавська).

Враховуючи необхідність підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності, необхідно створити дієвий механізм забезпечення суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності діловою інформацією. Таким чином постає питання поширення ділової інформації за кордон. У даний процес залучені Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України, Міністерство закордонних справ України та торговельно-економічним місії у складі дипломатичних представництв України за кордоном.

З метою підвищення поінформованості іноземців про Україну офіційні сайти повинні мати всі дипломатичні представництва України за кордоном.

З огляду на те, що діяльність торговельно-економічних місій у складі дипломатичних представництв України за кордоном організовує Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України, з метою формування та поширення інформації за кордоном про умови господарювання в Україні доцільно:

– завдання підготовки та формування даної інформації покласти на Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України;

– завдання поширення даної інформації покласти на торговельно-економічні місії у складі дипломатичних представництв України за кордоном шляхом оформлення даної інформації мовами країн, де розташовані дані представництва, та подання цієї інформації на офіційних сайтах даних представництв з посиланнями на сайт Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції (<http://www.me.gov.ua/>).

На регіональному рівні у поширення фонові ділової інформації залучені перш за все регіональні державні адміністрації. Як показано у попередньому розділі прогалини у організації сайту існують як і з змістовною частиною, так і з мовним оформленням.

Таким чином, регіональним органам влади для підвищення поінформованості про відповідний регіон необхідно збагатити змістовну частину сайту шляхом включення матеріалів аналітичного, регулятивного, рекламного характерів.

Враховуючи те, що 19 областей України є прикордонним, постає питання підвищення ефективності транскордонного співробітництва. Тому важливо інформацію подавати не лише українською та англійською мовами, як це вимагає Постанови Кабінету Міністрів України "Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади" № 3 від 4 січня 2002 р., але й мовами країн, з якими межує даний регіон. Особливою гострою дана проблема є для західних областей України (з огляду на те, що для східних та північних областей достатньо буде подавати інформацію російською мовою, що

переважно й робиться).

Як вже зазначалося раніше, окремі одиниці адміністративно-територіального устрою України приймають участь у діяльності чотирьох єврорегіонів.

В статутах усіх цих єврорегіонів зазначається, що до функцій єврорегіону входить посередництво та сприяння співробітництву як в межах єврорегіону, так і з різними зовнішніми організаціями. Таким чином, єврорегіон виступає свого роду посередником, тобто йому певною мірою "делегуються" представницькі функції – функції представляти регіони, які входять до даного єврорегіону. Зокрема в статуті Міжрегіональної Асоціації "Карпатський єврорегіон" стверджується, що перед Асоціацією стоять завдання "сприяти розвитку контактів серед населення територій, які входять в Асоціацію, зокрема серед спеціалістів в різних галузях" та "виступати посередником та забезпечувати співробітництво членів Асоціації з міжнародними організаціями та установами". В статуті Транскордонного Об'єднання "Єврорегіон Буг" вказано, що одним з завдань його діяльності є "розвиток контактів між мешканцями прикордонних територій, співпраця суб'єктів господарювання". У статуті Єврорегіону "Нижній Дунай" серед напрямків співпраці в межах єврорегіону зазначені "просування і сприяння прямим контактам між економічними агентами, інститутами, неурядовими організаціями та експертами, які діють у різноманітних областях" і "посередництво та сприяння співробітництву своїх членів з міжнародними організаціями, інститутами і агентствами". У статуті Єврорегіону "Верхній Прут" передбачено створення робочої комісії єврорегіону "з питань розвитку міжрегіональних і міжнаціональних зв'язків, місцевого самоврядування та засобів масової інформації".

Тобто, орган транскордонного співробітництва може виступати посередником у відносинах між фізичними/юридичними особами. Представництво органу транскордонного співробітництва у певній адміністративно-територіальній одиниці, яка входить до складу єврорегіону, є певною мірою представництвом інших адміністративно-територіальних одиниць цього ж єврорегіону.

Таким чином, орган транскордонного співробітництва та його представництва з точки зору поширення інформації будуть виконувати на рівні регіону ту функцію, яку на рівні держави виконують дипломатичні представництва та торговельно-економічні місії у складі цих представництв. Відповідно організація виконання функції поширення інформації через органи транскордонного співробітництва повинна бути схожою до організації поширення інформації через дипломатичні представництва.

Тобто, з метою підвищення поінформованості громадян про єврорегіони офіційні сайти повинні мати всі єврорегіони.

З огляду на те, що "орган транскордонного співробітництва виконує завдання, покладені на нього територіальними общинами або властями"¹⁶⁸, з метою формування та поширення інформації за кордоном про умови господарювання на території євро регіону доцільно:

– завдання підготовки та формування даної інформації покласти на регіональні органи влади територій, які входять до складу євро регіону;

– завдання поширення даної інформації можна покласти як на регіональні органи влади, так і на орган транскордонного співробітництва та його представництва шляхом оформлення даної інформації мовами країн, адміністративно-територіальні одиниці яких входять до складу євро регіону, та подання цієї інформації на офіційних сайтах євро регіону з посиленнями на сайти відповідних регіональних органів влади.

Однією з передумов успішного ведення бізнесу є високий рівень розвитку суміжних галузей та певний рівень рівня життя. Для оцінки поточної та прогнозу майбутньої ситуації підприємцям необхідно володіти статистичною інформацією про соціально-економічне становище. Тобто, статистичні показники соціально-економічного становища є свого роду індикаторами можливостей ведення бізнесу.

Статистичну інформацію продукують, перш за все, регіональні управління статистики. Статистична інформація повинна бути легкодоступною для зовнішніх користувачів. Зокрема, Львівське обласне управління статистики підтримує інформаційно-рекламний сайт "Ділова Львівщина" (<http://www.business-invest.lviv.ua/>), де й подається статистична інформація по регіону.

Статистичну інформацію можна знайти і на сайтах обласних адміністрацій, проте серед аналітичних чи довідкових матеріалів. Відповідно, ця інформація носить фрагментарний характер.

Тобто, такі поодинокі випадки подання інформації не дають можливості оцінити ситуацію в цілому. Проблема полягає у тому, що інформація подається переважно лише по одному регіону, що унеможлиблює проведення порівнянь. Ситуація ускладнюється ще й тим, що структура подання інформації (перелік показників та методики їх обчислення) в різних джерелах суттєво відрізняється.

Відповідно постає нагальна проблема підготовки порівнюваної статистичної інформації про соціально-економічне становище в регіонах. Особливо проблематично дане питання буде вирішуватися в частині розробки єдиних методик збору та аналізу первинних даних у регіонах, які є адміністративно-територіальними одиницями різних країн, що, перш за все, й обумовлює відмінності у цих методиках.

¹⁶⁸ Додатковий протокол до Європейської рамкової конвенції про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями (Страсбург, 9 листопада 1995 року)

Крім того, постає питання транскордонної міжрегіональної статистики. Хоча, варто зазначити, що питання міжрегіональної статистики не отримує належної оцінки і в межах України.

Важливо також звернути увагу на необхідність подання статистичної інформації багатьма мовами. Дане завдання досить просто вирішується сучасними системами управління базами даних шляхом розробки багатомовного інтерфейсу введення та виведення даних.

Варто згадати про Географічні інформаційні системи. Тематичні географічні карти й атласи відіграють важливе значення у знайомстві з країною, усвідомленні проблеми, з якими стикається країна, і, тому є своєрідними візитними картками країни у процесі міжнародного співробітництва. Розвиток інформаційних технологій і, зокрема, технологій Інтернет надає зручну можливість розширити коло користувачів картографічних творів шляхом використання можливостей геоінформаційних систем (ГІС)¹⁶⁹.

Зокрема у Концепції Національної програми інформатизації у межах міжнародного співробітництва передбачається організація та постійне вдосконалення взаємозв'язку національних телекомунікаційних систем із комп'ютерними мережами інших країн та глобальною мережею INTERNET, забезпечення доступу до міжнародних інформаційних масивів та баз даних і геоінформаційних систем¹⁷⁰. Серед завдань Національної програми інформатизації на 2000 рік у напрямку формування національної інфраструктури інформатизації планувалося "розробити та впровадити картографічну інформаційну систему та банк географічних назв для забезпечення потреб державного і регіонального управління", в результаті чого повинно було бути розроблено та створено програмне і технологічне забезпечення моделювання управління на основі просторово визначеної картографічної інформації, web-сервер картографічних даних, картографічна база даних, банк географічних назв¹⁷¹.

Зростаюча динаміка економічного розвитку та особливості структурного реформування господарства обумовлюють необхідність створення та використання економічних карт нового покоління, які відрізняються

¹⁶⁹ Ляшенко Д.О. Роль атласного і тематичного картографування території України в процесі європейської інтеграції // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Проблеми європейської інтеграції і транскордонної співпраці. Вип. XXIX. В 2-х т. / НАН України. Ін-т регіональних досліджень. Редкол.: відповідальний редактор М.І. Долішній. – Львів – Луцьк: Ред.-вид. відд. "Вежа" Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2001. – Т.1. – С. 113-115.

¹⁷⁰ Концепція Національної програми інформатизації. Схвалено Законом України "Про Концепцію Національної програми інформатизації" від 4 лютого 1998 року № 75/98-ВР.

¹⁷¹ Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження переліку державних замовників завдань (проектів) Національної програми інформатизації на 2000 рік" від 3 серпня 2000 р. № 1213

достовірністю та тематичною повнотою змісту¹⁷².

Основний принцип картографування структури господарства ґрунтується на використанні методу поступового поглиблення аналізу, суть якого полягає у послідовному переході від загальної характеристики економіки на макрорівні до відображення окремих ланок (галузей, ринків, сфер діяльності)¹⁷³.

Особливо ефективним є використання ГІС для просторового аналізу стану розвитку інфраструктури бізнесу. Мова йде про територіальний розвиток таких інфраструктурних ланок як фінансово-кредитна система, газо-, водо- та енергозабезпечення, транспортні мережі, телекомунікаційна інфраструктура (телевізійне та радіомовлення, стаціонарні телефонні мережі та зони покриття мобільного зв'язку, комп'ютерні мережі та послуги Інтернет) тощо.

Зокрема у Методичному положенні по розробці регіональних програм інформатизації, розробленому Державним комітетом зв'язку та інформатизації України¹⁷⁴ передбачається використання ГІС для вирішення низки прикладних задач, перелік яких подано у табл. 3.2.

Формування систем забезпечення цільовою інформацією

Як зазначає Дуглас Норт, одним з засобів підвищення ефективності господарювання за рахунок зменшення трансакційних витрат були зміни, що знижували інформаційні витрати, включаючи друк цін на різні товари, публікації довідників, що надавали відомості про вагу, вимірювальні пристрої, звичаї, комісійні відсотки, поштові системи, і, особливо, про обмінні курси валют. Очевидно, ці зміни були в першу чергу викликані ростом економії від масштабу в результаті зростання обсягів міжнародної торгівлі, тобто виникнення ринків значних масштабів дозволило зменшити інформаційні витрати¹⁷⁵. Враховуючи те, що зменшення витрат на пошук інформації сприятиме розширенню меж ринків, можна стверджувати, що процеси зростання ринків та скорочення інформаційних витрат знаходяться між собою у позитивному зворотному зв'язку.

¹⁷² Козаченко Т.І. Теоретико-методичні основи атласного картографування економіки України в період її трансформації // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Проблеми європейської інтеграції і транскордонної співпраці. Вип. ХХІХ. В 2 х т. / НАН України. Ін-т регіональних досліджень. Редкол.: відповідальний редактор М.І. Долішній. – Львів – Луцьк: Ред.-вид. відд. "Вежа" Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2001. – Т.1. – С. 247-252.

¹⁷³ Там же

¹⁷⁴ Методичне положення по розробці регіональних програм інформатизації / Державний комітет зв'язку та інформатизації України. – Київ, 2000. – 127 с.

¹⁷⁵ Норт Д. Эволюция эффективных рынков в истории [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://www.ie.boom.ru/Referat/North5.htm>.

Таблиця 3.2

Перелік інформаційних систем та задач, що повинні використовувати геоінформаційні системи відповідно до Методичного положення по розробці регіональних програм інформатизації, розробленого Державним комітетом зв'язку та інформатизації України

Інформаційна система	Задачі інформаційної системи, що використовують ГІС
Інформаційно-аналітична система "Сільське господарство, сільськогосподарське виробництво, продовольство"	Облік земель сільськогосподарського призначення з розподілом по зонах, землекористувачам, грошова їх оцінка, розрахунок земельних податків; Облік потреб та контроль виконаних робіт з меліорації, іригації, рекультивациі ґрунтів
Інформаційно-аналітична система "Будівництво, містобудування та архітектура"	Містобудівний кадастр населених пунктів та області в цілому; Облік і вибір територій для вилучення та відводу земель для містобудівних потреб; Облік меж населених пунктів та об'єктів територіального поділу, аналіз оптимального їх розміщення та підготовка пропозицій з питань адміністративно-територіального устрою; Створення та ведення регіонального сектору Державного реєстру пам'яток архітектури та містобудування, аналіз їхнього стану, підготовка пропозицій по їх утриманню та реставрації
Інформаційно-аналітична система "Житло, житлово-комунальне господарство, благоустрій та комунальні послуги"	Облік та аналіз стану шляхових комунікацій; Облік та аналіз стану комунікацій тепlopостачання, водopостачання, енергетики, зв'язку та інших підземних та наземних комунікацій; Облік зелених насаджень, планування їх заміни та розвитку; Автоматизацію діяльності Бюро технічної інвентаризації
Інформаційно-аналітична система "Територія, адміністративно-територіальний поділ, землеустрій, землекористування"	Облік населених пунктів та об'єктів територіального поділу; Створення та ведення зведеної системи кадастрів; Облік земель регіону (земельний кадастр) та економічна та грошова оцінка земель; Облік водних ресурсів, водозабірних споруд і зон санітарної охорони джерел (водний кадастр); Облік лісів, угідь, аналіз їх використання та підготовку пропозицій щодо віднесення їх до категорій захищеності і використання (лісовий кадастр); Облік (кадастр) природних ресурсів регіону; Облік об'єктів внутрішньогосподарського землекористування та їх контроль; Аналіз використання земельних ділянок, інформаційну підтримку виділення земель під забудову, передачу в оренду, у власність та на інші потреби регіону
Інформаційно-аналітична система "Охорона навколишнього середовища"	Облік токсичних виробництв та відходів; Облік та контроль стану могильників, аномалій, вогнищ радіоактивного забруднення
Інформаційно-аналітична система "Надзвичайні ситуації, цивільна оборона, захист населення від наслідків аварій на ЧАЕС"	Планування, аналіз та облік заходів по евакуації населення; Прогнозування обстановки та втрат внаслідок ядерного вибуху; Прогнозування наслідків від великих виробничих аварій та стихійних катастроф; Планування заходів по ліквідації наслідків великих виробничих аварій та стихійних катастроф; Аналіз забрудненості сільгоспугідь та лісових масивів
Веб-сайт та системи інформаційних кіосків (інфоматів) про пасажирський транспорт	Інформування пасажирів про автомобільні, повітряні, залізничні та водні шляхи

Транспортні витрати є прототипом усіх торгових витрат, в т.ч. і витрат придбання знання про продукти й про інших продавців, перевірки якості тощо. Тобто, інформаційні витрати є витратами транспортування від неутвта до всевідання¹⁷⁶. Економічна теорія інформації, таким чином, пояснює, чому саме продавці, а не покупці беруть на себе постачання інформацією, що міститься в рекламних оголошеннях¹⁷⁷.

В той час коли реклама у засобах масової інформації є одним з найефективніших способів інформування фізичних осіб про зміну на ринках товарів народного споживання, на ринках товарів промислового призначення впроваджуються сучасні інформаційні системи, функціонування яких спрямоване на поширення інформації через комп'ютерні мережі.

Як вже зазначалося раніше, економія від пошуку інформації буде більшою, чим про більшу кількість товару йде мова. Враховуючи це, а також інші обставини, суб'єкти господарювання приймають рішення про створення інформаційних систем горизонтально інтегрованих господарських структур.

Прикладами таких структур є галузеві та територіальні об'єднання підприємств, зокрема регіональні торгово-промислові палати, спілки промисловців та підприємців, тощо.

Завданням об'єднання є створення інформаційного ресурсу, яке полягає у розробці та підтримці платформи (яка являє собою систему технічного та програмного забезпечення), на базі якої реалізуються проекти окремих суб'єктів господарювання чи їх об'єднань. Сама по собі розробка платформи та проектів на її базі є малоприбутковою діяльністю, проте вдала інтеграція з ефективним господарським процесом може обумовити виникнення серйозного синергічного ефекту, який проявиться перш за все в підвищенні ефективності цього господарського процесу, з прибутків якого фінансуватиметься проект, частина витрат якого буде полягати у підтримці функціонування всієї платформи¹⁷⁸. Прикладами таких систем може бути вже згадані Інформаційно-довідкова система "Автоперевезення" та Український туристичний портал UATourist.com.

Одним з чинників, які сприяють вертикальній інтеграції, є намагання скоротити інформаційні потоки.

Уільямсон¹⁷⁹ виділяє наступні складові інформаційного чинника, що сприяють вертикальній інтеграції:

– підвищення дієвості інформації: окремі господарюючі суб'єкти можуть володіти інформацією, яка підтверджує можливість ефективної взаємодії з певним потенційним партнером, але самому потенційному партнеру дана інформація, яка є комерційною таємницею, не розголошується, що й унеможливує переконати потенційного партнера у ефективності співпраці – в межах вертикально інтегрованої структури дана проблема не виникає;

– економія на зборі інформації: отримання інформації вимагає певних витрат, розмір яких переважно не залежить від масштабів. Джерелом економії є одноразовий збір інформації на проміжних стадіях виробничого процесу. Враховуючи те, що передача даної функції одній зі сторін несе у собі загрози інформаційної асиметрії, економія на зборі інформації може бути досягнута саме у вертикально інтегрованих структурах;

– конвергенція очікувань: при високому рівні залежності виробничих процесів для ефективного господарювання необхідним є високий рівень координації спільної діяльності, що інколи важко досягти шляхом переговорів, особливо в умовах швидкої зміни навколишньої ситуації, що вимагає такої ж швидкої адаптації до цих змін, що й обумовлює необхідність вертикальної інтеграції.

Проте необхідно зауважити, що з погляду контрактного підходу відмінність внутріфірмових контрактів від ринкових не настільки істотна, і саму проблему розмірів фірми можна вважати дуже умовною. І якщо зовнішні транзакційні витрати призводять до горизонтального і вертикального росту фірми, то внутрішні транзакційні витрати обмежують цей ріст¹⁸⁰.

Крім того, слід зазначити, що більшість винаходів змінюють одночасно витрати організації і витрати використання механізму цін. Отже, збільшення чи зменшення розмірів фірми обумовлюється відносним впливом використання винаходу на ці два види витрат. Тобто, якщо використання інформаційних технологій скорочує витрати використання механізму цін більше, ніж він скорочує витрати організації, він підсилить тенденцію до скорочення розмірів фірми¹⁸¹.

¹⁷⁶ Stigler G.J. Imperfections in the Capital Market // Journal of Political Economy. – № 75 (June 1967) – P. 291.

¹⁷⁷ Heflebower R.B. The Theory and Effects of Nonprice Competition // Monopolistic Competition Theory: Studies in Impact / Ed. R.N. Kuenne. – N. Y.: John Wiley, 1967. – P. 179-181.

¹⁷⁸ Лидеры российского виртуального шоппинга // Эксперт. – 2000. – №16 (227) от 24 апреля 2000.

¹⁷⁹ 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.

¹⁸⁰ Авдашева С. Теория организации промышленности [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://io.economicus.ru/index.php?file=7>.

¹⁸¹ Коуз Р.Г. Природа фирмы // Вехи экономической мысли. / Под ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа. 1999. – Т.1.: Теория потребительского поведения и спроса.

Методичні рекомендації щодо розробки інформаційної системи "Транскордонне співробітництво"

Призначення та функції

Інформаційна система "Транскордонне співробітництво" призначена для:

- забезпечення інформацією регіональних органів влади та органів транскордонного співробітництва;
- забезпечення інформацією учасників транскордонного співробітництва (фізичних та юридичних осіб);
- підвищення прозорості в діяльності органів влади та органів транскордонного співробітництва.

Функціями інформаційної системи "Транскордонне співробітництво" для регіональних органів влади та органів транскордонного співробітництва є:

- автоматизований збір та збереження даних щодо соціально-економічного розвитку прикордонних та транскордонних регіонів та їх адміністративно-територіальних одиниць;
- оперативний моніторинг та поглиблений динамічний аналіз показників соціально-економічного розвитку, ступеню та характеру змін територіальної асиметрії;
- багатоваріантний прогноз показників соціально-економічного розвитку територій;
- забезпечення підтримки прийняття рішень через розробку структурованого набору аналітичних звітів для оперативного аналізу за наперед визначеними показниками;
- проведення маргінального аналізу для визначення територій, кризових за певними показниками;
- розрахунок рейтингів регіонів за різними напрямками (соціально-економічний розвиток, якість життя, інвестиційна привабливість тощо);
- багатосторонній інформаційний обмін (органи влади прикордонних територій як між собою, так і з органами транскордонного співробітництва).

Функціями інформаційної системи "Транскордонне співробітництво" для учасників транскордонного співробітництва (фізичних та юридичних осіб) є:

- забезпечення інформацією про соціально-економічне становище в регіонах;
- забезпечення інформацією про інституційне середовище (правове регулювання) в регіонах;
- забезпечення інформацією про розвиненість інфраструктури;
- спрощення пошуку ділових партнерів шляхом формування каталогів господарюючих суб'єктів та каталогів продукції.

Суб'єкти інформаційної взаємодії:

джерела інформації та користувачі

Суб'єктами транскордонної інформаційної взаємодії є:

- регіональні органи влади;
- органи транскордонного співробітництва;
- юридичні особи (перш за все підприємства у прикордонних територіях);
- фізичні особи (перш за все мешканці у прикордонних територіях).

Джерелами статистичної інформації (в т.ч. про соціально-економічне становище) повинні бути регіональні управління статистики, а також регіональні управління податкової та митної служб.

Джерелами інформації про правове регулювання повинні бути:

- регіональні адміністрації та органи самоврядування (щодо особливостей правового регулювання на конкретній території);
- центральні органи влади (щодо правового регулювання в державі і цілому).

Джерелами інформації про розвиненість інфраструктури повинні бути:

- регіональні управління статистики та регіональні адміністрації (щодо загального стану інфраструктури);
- регіональні адміністрації та безпосередньо суб'єкти господарювання, які надають послуги (щодо інформації про можливість отримати конкретні послуги).

Джерелами інформації про можливості ділової співпраці повинні бути:

- регіональні торгово-промислові палати;
- безпосередньо суб'єкти господарювання, які шукають ділових партнерів.

Користувачами можуть бути:

- регіональні адміністрації та органи самоврядування;
- органи транскордонного співробітництва;
- підприємці;
- мешканці.

Принципи формування інформаційної системи

"Транскордонне співробітництво" (методологічні зауваження)

Взаємний обмін даними між державними службами повинен бути організований таким чином, щоб кожна з них могла отримувати вільний доступ до інформації, котру вона потребує й яку інша організація вже має. Але в той же час повинна існувати гарантія того, що державна служба не зможе одержувати доступ до інформації, котра не доречна для виконання її безпосередніх завдань.

Враховуючи вищесказане варто використати принцип пропорційності, визначений відповідно до Директиви Європейського парламенту про захист

особистостей при обробці персональних даних та вільний рух цих даних¹⁸², який зазначає, що персональні дані можуть бути оброблені тільки до ступеня, котрий є адекватним, доречним і не надмірним з огляду на цілі, для яких такі дані були зібрані чи оброблені. Та ж сама Директива також вимагає, щоб дані отримувалися для конкретних, відомих і законних цілей і далі не оброблялися в напрямку, що є несумісним з цими цілями (так званий принцип закінченості). Прагнення до централізованого збору інформації не повинне призвести до позбавлення цих принципів їх значення. Органи влади повинні запропонувати структурні гарантії врахування цих принципів при взаємному обміні електронними даними. У той же самий час ці принципи не повинні бути трактовані занадто строго, щоб не обмежувати ефективний обмін даними.

Для вирішення проблеми інформаційного обміну можливі два шляхи¹⁸³:

- 1) централізоване управління даними: часто важко здійснене через проблеми з захистом персоніфікованих даних, технічними можливостями реалізації, безпекою втрати адміністрації автономії.
- 2) розподілене управління даними (сітьова концепція): децентралізований, але одноразовий збір даних; децентралізоване і розподілене збереження даних з розподілом функцій між державними службами; обмін даними через мережі.

Модель розподіленого управління даними складається з:

- 1) структури мережі;
- 2) єдиних й унікальних ідентифікаторів;
- 3) реєстру посилань;
- 4) основних принципів організації щодо збору, збереження та обміну даними;
- 5) методів електронного обміну даними.

Для оптимального управління мережею, необхідне існування так званого реєстру посилань, котрий не містить жодних змістовних даних, але володіє інформацією щодо кожної особи про дані, котрі зберігаються у державних службах і можуть бути доступні. Реєстр посилань повинен виконувати такі функції: контроль доступу; маршрутизація інформації; автоматична передача інформації. Його структура повинна складатися з наступних складових: а) реєстри фізичних та юридичних осіб: щодо яких осіб, в яких обсягах, в яких державних службах, за який період часу існує інформація; б) реєстр доступу: які дані та в яких державних службах є

доступні; в) реєстр авторизованого доступу: які дані можуть бути передані яким службам¹⁸⁴. Тобто, реєстр посилань містить так звані метадані. Згідно найпростішого визначення метадані – дані про дані. Вони описують зміст, представлення, якість, стан, просторові та часові межі застосування, доступність та інші характеристики. Метадані допомагають знаходити, інтерпретувати, та використовувати дані. Таким чином метадані схожі на картки у бібліотечних каталогах¹⁸⁵.

При розробці інформаційних систем підтримки транскордонного співробітництва принципово важливою є необхідність використання композиційного підходу.

Поширена на даний момент практика використання декомпозиційного підходу не виправдовує себе. Обумовлено це тим, що "глобальні" завдання, які ставилися та ставляться в нормативно-правових актах "Про затвердження Завдань Національної програми інформатизації..."¹⁸⁶ через свою технологічну складність, обумовлену насамперед їх "глобальністю", не могли і не можуть бути виконані ні в зазначені терміни, ні за рахунок коштів, котрі планувалося і планується використати згідно цих нормативно-правових актів, проте не планувалося і не планується виділяти згідно Законів України "Про Державний бюджет України" на відповідні роки.

Така ситуація мала б бути прогнозованою, бо, як вже зазначалося раніше, складні системи не можна моделювати інакше, як повторивши всю історію їх виникнення¹⁸⁷. Відповідно можна зробити висновок про необхідність використання саме композиційного підходу при розробці будь-яких великих інформаційних систем, в тому числі систем інформаційної підтримки транскордонного співробітництва.

Композиційний підхід при розробці будь-яких великих інформаційних систем повинен бути схожим на агрегатний підхід в моделюванні, який дає змогу звільнитися від проблеми масштабу за рахунок ідеї розробки моделі як сукупності певних блоків (агрегатів, блоків, модулів) за наперед визначеними інформаційними зв'язками між ними, коли невідома

¹⁸⁴ Там же

¹⁸⁵ Zsolt Sikolya. KIKERES: the Hungarian National Public Administration Metadata Service. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://europa.eu.int/ISPO/ida/export/files/en/649.ppt>.

¹⁸⁶ Закон України "Про затвердження Завдань Національної програми інформатизації на 1998-2000 роки" від 4 лютого 1998 року № 76/98-ВР.

Постанова Верховної Ради України "Про затвердження Завдань Національної програми інформатизації на 1999-2001 роки" від 13 липня 1999 року № 914-XIV.

Постанова Верховної Ради України "Про затвердження Завдань Національної програми інформатизації на 2000-2002 роки" від 6 липня 2000 року N 1851-III.

¹⁸⁷ Концепція Національної програми інформатизації. Схвалено Законом України "Про Концепцію Національної програми інформатизації" від 4 лютого 1998 року № 75/98-ВР.

внутрішня структура цих блоків¹⁸⁸, що вже зазначалося раніше.

Це дасть змогу отримувати належні ефекти не лише по закінченні всіх робіт, але вже й на проміжних етапах розробки значних інформаційних систем, коли кожен окремий блок зможе виконувати свою функцію навіть при відсутності всієї системи.

Крім того це створить можливість підвищити рівень актуальності інформації, яка подається одночасно на декількох сайтах.

При розробці великих інформаційних систем необхідно враховувати, що при будь-якому комбінованому використанні обчислювальних засобів швидкодія всієї системи визначається самою повільною ланкою. Тому бажано по можливості виключити особисту участь людей із усякого складного ланцюжка обчислень, залишивши його лише там, де це є зовсім неминучим – на самому початку й у самому кінці¹⁸⁹.

Поступове скорочення ролі людини в управлінні інформаційною системою додатково підвищить рівень незалежності інформаційної системи від людини, що зменшить можливості до зловживання в управлінні та використанні інформаційної системи.

Отже, для забезпечення ефективної організації управління інформацією необхідно слідувати основним принципам, а саме¹⁹⁰:

- 1) обов'язкова участь усіх державних служб;
- 2) кожен учасник мережі може бути постачальником і адресатом даних;
- 3) координацію та загальне управління мережею здійснює центральний орган: стандартизація, стимулювання, загальне управління проектом;
- 4) при зборі даних обов'язковим є попереднє узгодження з учасниками мережі (перш за все необхідно визначити повноваження служби щодо розпорядження певною інформацією; за умови ствердної відповіді проводиться перевірка на наявність інформації у інших службах; при відсутності таких даних визначаються служби відповідальні за збір та збереження даних – дані процедури необхідні, з одного боку, для попередження несанкціонованого доступу до інформації, і, з другого боку, для створення лише одного банку даних з метою уникнення протиріч та забезпечення єдності даних);
- 5) збереження даних: децентралізоване, розподілене, з розподілом функцій між державними службами (переважно центральний орган не володіє

конкретною інформацією, а після консультацій з різними державними службами розподіляє функціональні обов'язки щодо збереження даних; таким чином лише одна служба буде виконувати функцію первинного джерела певної інформації);

- б) обмін даними:
 - а) може бути ініційований: службою, котра потребує інформацію; службою, котра володіє новою інформацією; службою, котра керує мережею;
 - б) здійснюється переважно за згодою центрального органу, хоча можливе утворення органів, котрі будуть керувати інформаційним обміном у певній сфері безпосередньо;
 - с) супроводжується систематичною реєстрацією всіх передач та змін;
- 7) розробка несуперечливої і послідовної системи захисту повинна базуватись на ряді відправних точок, котрі повинні перетворитись у набір структурних, інституційних, правових, організаційних та технічних заходів, а сам захист даних, враховуючи факт відсутності централізованого збереження та наявності обміну даними через центральний орган для попередження несанкціонованого доступу, проводиться з огляду на ряд аспектів, а саме:
 - а) гарантування доступності даних через попередження відсутності доступу або помилкового знищення даних;
 - б) гарантування цілісності даних через попередження неправомірної зміни даних;
 - с) гарантування конфіденційності даних через попередження обробки даних не вповноваженими особами або для не уповноважених цілей.

Структурна схема

Усі підсистеми інформаційної системи "Транскордонне співробітництво" умовно поділені на системи збереження інформації та системи управління інформацією (рис. 3.2). Серед системи управління інформацією окремо виділені системи підтримки прийняття рішення (системи аналізу, прогнозування та ГІС).

Як вже зазначалося раніше обмін даними може бути ініційований: службою, котра потребує інформацію; службою, котра володіє новою інформацією; службою, котра керує мережею. Даний аспект обумовлює час та періодичність передачі інформації (табл. 3.3).

З огляду на транскордонний аспект регіональні органи влади повинні збирати інформацію не лише про регіон, але й про транскордонне співробітництво (транскордонну інформацію) (рис. 3.3).

Під регіональною інформацією розуміється інформація про регіон. Під транскордонною інформацією розуміється інформація, яка має зміст винятково з точки зору транскордонного співробітництва. Тобто транскордонна інформація – інформація про суміжні прикордонні території за виключенням регіональної інформації.

¹⁸⁸Сергієнко І., Михалевич М. Економічна кібернетика: проблеми розвитку та перспективи застосування // Вісник Національної академії наук України. – 2002. – № 2.

¹⁸⁹Винер Н. Кибернетика или управление и связь в животном и машине. – 2-е издание. – М.: Наука; Главная редакция изданий для зарубежных стран, 1983. – С. 189.

¹⁹⁰Михеев Ю.А., Бастанжиева Е.А. К вопросу о б организации и использовании информационных ресурсов для управления на региональном и муниципальном уровнях // Регион: экономика и социология. – 2000. – № 1. – 155-157.

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>.

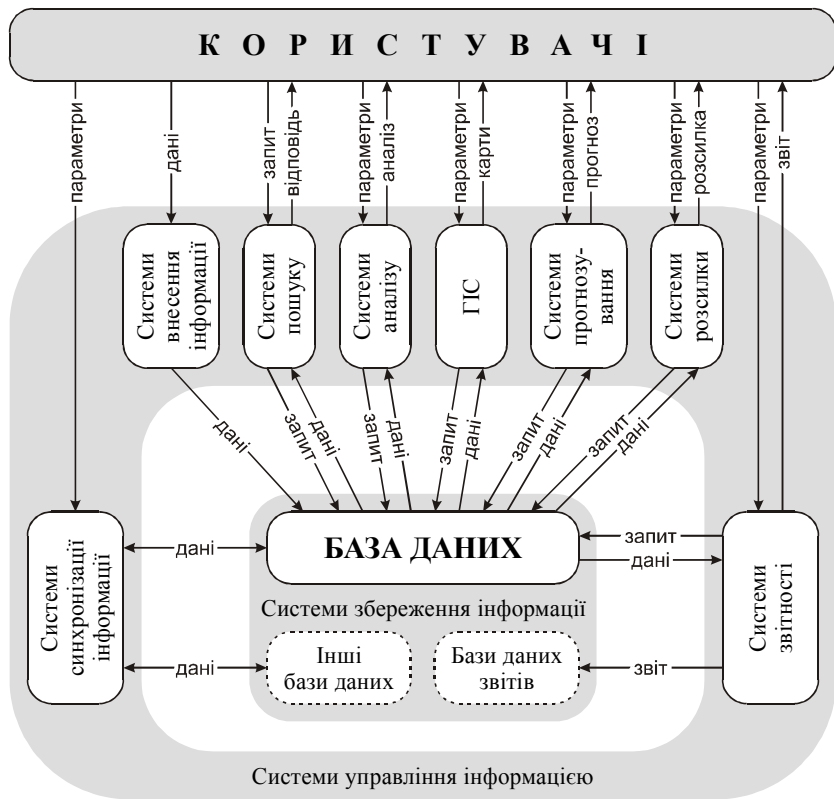


Рис. 3.2. Схема управління інформацією

Таблиця 3.3

Системи поширення інформації

Поширення інформації	Час передачі	Системи поширення інформації
при потребі в інформації	в режимі реального часу (в режимі діалогу)	пошукові системи системи аналізу системи прогнозування геоінформаційні системи
при появі інформації	одразу або через короткі періоди часу	системи розсилки
періодично	через короткі періоди часу	системи синхронізації інформації
	через тривалі періоди часу	автоматизовані системи звітності

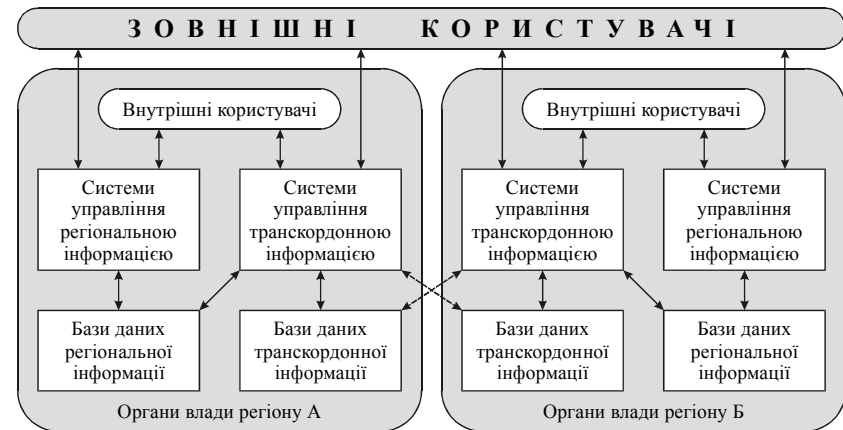


Рис. 3.3. Організаційно-технічна схема управління транскордонною інформацією при відсутності органу транскордонного співробітництва

Внутрішні користувачі – співробітники відповідних органів.

На початках кожен регіон збирає інформацію про транскордонне співробітництво окремо. З часом з метою економії коштів та часу повинно бути прийняте рішення про спільний збір та використання транскордонної інформації. Це може бути реалізовано у двох напрямках:

- взаємний обмін даними (пунктирні стрілки на рис. 3.3);
- передача повноважень управління транскордонною інформацією органу транскордонного співробітництва (рис. 3.4).

Відповідно можна визначити чотири організаційні етапи розвитку інформаційної системи "Транскордонне співробітництво":

- Етап 0. Самостійне управління регіональною інформацією (транскордонна інформація відсутня).
- Етап 1. Самостійне управління регіональною та транскордонною інформацією (рис. 3.3, не враховуючи пунктирні стрілки).
- Етап 2. Організація обміну транскордонною інформацією (пунктирні стрілки на рис. 3.3).
- Етап 3. Спільне управління транскордонною інформацією (рис. 3.4).

Участь бізнесу та недержавних організацій у інформаційному забезпеченні транскордонного співробітництва

Крім органів влади збирати та використовувати інформацію про транскордонне співробітництво можуть підприємницькі кола та недержавні організації.

Зацікавленість об'єднань громадян чи підприємств може полягати у забезпеченні інформацією своїх учасників.



Рис. 3.4. Організаційно-технічна схема управління транскордонною інформацією при наявності органу транскордонного співробітництва

Зацікавленість підприємств може полягати у наданні інформаційних послуг на платній основі. Джерелами відшкодування витрат можуть бути:

- суб'єкти, які отримують інформацію;
- суб'єкти, які бажають поширювати інформацію через такі підприємства;
- реклама (в т. ч. на сторінках веб-сайтів).

Ступінь участі підприємців та недержавних організацій повинен визначатися ними самостійно.

Функція регіональних органів влади та органу транскордонного співробітництва в даному випадку повинна полягати у поширенні інформації про наявність таких служб.

Крім того, залучення господарюючих суб'єктів може бути одним з засобів вирішення фінансових труднощів, пов'язаних з створенням інформаційної системи. Зокрема регіональні органи влади та орган транскордонного співробітництва може взяти на себе функцію координатора дій по створенню комерційних чи напівкомерційних елементів системи. Зацікавити приватні фірми вкладати кошти в реалізацію

проектів можна шляхом надання їм можливостей використання у своїх цілях певних функцій інформаційної системи, або частини комунальної власності при створенні своїх інформаційних систем, наприклад вже існуючі комунікації, і в далі віддавати частину своїх ресурсів у користування адміністрації в залік оренди за використання комунальної власності тощо.

Системи збереження інформації

Повнотекстові бази даних та бази нормативно-правових актів

При розробці систем текстової інформації особливу увагу варто приділити її структуризації. З огляду на те, що текстові документи структурувати досить важко, одним з засобів структуризації та класифікації документів є використання широкого набору реквізитів. Даний підхід дав можливість розробити зручну систему пошуку нормативно-правових актів на сервері Верховної Ради України (<http://www.rada.gov.ua/> або <http://www.rada.kiev.ua/>).

Використання єдиної структури баз даних нормативно-правових документів дасть можливість з одного боку зекономити кошти на розробці баз даних для різних служб, а з іншого – спростить процедуру синхронізації інформації у цих базах.

Варто звернути увагу на важливість подання документів у базу даних багатьма мовами. Даний підхід реалізований на офіційному сайті ЄС (<http://europa.eu.int/>), де більшість текстових документів (законодавство повністю) подається мовами усіх країн-членів ЄС.

Класифікатори та стандарти

Складовою частиною аналізу будь-якого процесу чи явища є класифікація. Відповідно, збір та збереження первинної та вторинної інформації також повинен відбуватися з врахуванням різноманітних класифікацій. Зокрема, для галузевого аналізу господарської діяльності зручно використовувати Класифікацію видів економічної діяльності (КВЕД)¹⁹¹, Українську класифікацію товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД)¹⁹², Класифікацію послуг зовнішньоекономічної діяльності (КПЗЕД)¹⁹³, а для міжрегіонального аналізу – Класифікатор об'єктів адміністративно-територіального устрою України" (КОАТУУ)¹⁹⁴ та поштові індекси.

¹⁹¹ Класифікація видів економічної діяльності (ГК 009-96) (Затверджено і введено в дію наказом Держстандарту України № 441 від 22.10.1996).

¹⁹² Постанова Кабінету Міністрів України "Про Українську класифікацію товарів зовнішньоекономічної діяльності" № 1354 від 31 серпня 1998 р.

¹⁹³ Класифікація послуг зовнішньоекономічної діяльності (ДК 012-97) (Затверджено і введено в дію наказом Держстандарту України № 324 від 02.06.1997).

¹⁹⁴ Класифікатор об'єктів адміністративно-територіального устрою України (ДК 014-97) (Затверджено і введено в дію наказом Держстандарту України № 659 від 31.10.1997)

Ці класифікатори розроблені на основі міжнародної системи обліку та статистики. Тобто, аналогічні класифікатори впроваджені і у інших країнах, що дає можливість їх об'єднання. Таким чином є змога отримати багатомовні класифікатори, що значно спростить проведення транскордонного міжрегіонального галузевого аналізу.

У класифікаторі товарів бажано також вказувати посилання на державні стандарти, які визначають вимоги до товарів певної товарної групи. Безпосередньо тексти стандартів, які є нормативно-правовими документами, повинні зберігатися у базах нормативно-правових актів. Хоча варто звернути увагу на те, що рівень структуризації у стандартів є вищим, ніж у повнотекстових документах, що створює передумови для розробки окремих баз даних для зберігання стандартів.

Бази даних статистичної інформації

Фізичні та юридичні особи при оцінці доцільності відповідно мешкання та господарювання на певній території звертаються до статистичної інформації. Оцінити доцільність можна лише за допомогою порівнянь певних параметрів. Тобто основною вимогою до статистичної інформації є її порівнянність. Дану вимогу можна задовольнити лише шляхом використання єдиних методик збору первинної інформації та розрахунку статистичних показників (включаючи й питання єдиних розмірностей статистичних показників).

Для забезпечення зручності користування базами даних статистичної інформації кожен показник повинен:

- мати свій унікальний ідентифікатор, спільний для всіх баз даних всіх рівнів;
- мати унікальну назву (бажано багатьма мовами);
- мати опис методики збору первинної інформації та методики його розрахунку на основі даної первинної інформації (бажано багатьма мовами).

Довідники

Окрім фонові інформації статистичного та нормативно-правового характеру, для господарювання та життєдіяльності на певній території необхідно володіти довідковою інформацією.

Варто звернути увагу на такі довідники:

- перелік органів влади з довідковою інформацією (адреси, телефони, режим роботи);
- переліки закладів культури;
- переліки регіональних галузевих об'єднань;
- переліки об'єктів інфраструктури, в т.ч. комунальних служб;
- перелік пунктів перепустку через кордон;
- перелік митниць та митних ліцензійних складів;
- карта автомобільних доріг з можливістю пошуку населених пунктів та визначення оптимального маршруту;

- довідник поштових індексів;
- довідник міжміських телефонних кодів та телефонні довідники;
- маршрути та розклад руху поїздів, міжнародних та міжміських автобусів.

Даний список є відкритим і може постійно розширюватися.

Реєстри підприємств та товарів

Для забезпечення суб'єктів господарювання цільовою ринковою інформацією необхідне існування відкритих реєстрів підприємств та товарів. Дані реєстри повинні поповнюватися самими суб'єктами господарювання, які бажають за допомогою цих реєстрів поширювати про себе інформацію.

Реєстр підприємств повинен містити таку інформацію:

- унікальний ідентифікатор підприємства (можна використати код ЄДРПОУ);
- назва підприємства;
- повна адреса в текстовій формі,
- код КОАТУУ (Класифікатор об'єктів адміністративно-територіального устрою України) та поштовий індекс для забезпечення можливості пошуку за територіальною ознакою;
- перелік кодів КВЕД (Класифікація видів економічної діяльності) для забезпечення можливості пошуку за галузевою ознакою;
- контактні телефони;
- адреса електронної пошти;
- адреса офіційного сайту підприємства.

Реєстри товарів та послуг існують двох видів

- реєстр товарів та послуг, які пропонуються підприємством, для опису пропозиції підприємства (підприємство-продавець);
- реєстр товарів, в придбанні яких зацікавлено підприємство, для опису попиту підприємства (підприємство-покупець).

Реєстри товарів та послуг, які пропонуються підприємством, повинен містити:

- ідентифікатор пропозиції;
- ідентифікатор підприємства, яке пропонує даний товар чи послугу;
- назва товару чи послуги;
- код товару за УКТЗЕД чи послуги за КПЗЕД;
- місце розташування товару (можливе використання коду КОАТУУ або поштового індексу);
- відповідність стандартам (вказувати стандарт) та наявність документів, які підтверджують цю відповідність;
- ціна товару;
- з огляду на необхідність транспортування товару через кордон бажано одразу для даної мети використовувати правила по тлумаченню термінів "Інкотермс";

- для не поштучних товарів вказувати стандарт, згідно якого проведено маркування товару та обчислення кількості;
- умови оплати та можливі валюти розрахунків;
- посилання на сторінку сайту з технічним описом даного товару.

Зазначення умови поставки за Інкотермс та коду товару дає можливість оцінити додаткові витрати пов'язані з транспортуванням товару до місця призначення та його митним оформленням. Зокрема, можна передбачити автоматичний попередній розрахунок вартості товару в результаті його переміщення з місця розташування до бажаного місця призначення.

Реєстр товарів та послуг, в придбанні яких зацікавлено підприємство, повинен містити:

- ідентифікатор попиту;
- ідентифікатор підприємства, яке зацікавлено у даному товарі чи послугі;
- назва товару чи послуги;
- код товару за УКТЗЕД чи послуги за КПЗЕД;
- бажане місце призначення товару або місце надання послуги (можливе використання коду КОАТУУ або поштового індексу).

Варто звернути увагу на можливість використання вже ефективно діючих баз даних, представлених на сайтах "Україна Промышленная" (<http://www.ukrindustrial.com/>) та "Молдова промышленная" (<http://md.all-biz.info/>), "Сервер предприятий СНГ" (<http://www.comincity.com/>), "Справочник предприятий СНГ" (<http://www.trifle.net/cis/>) тощо.

Системи управління інформацією

Пошукові системи

Пошукові системи можна умовно поділити на:

- системи пошуку високоструктурованої інформації;
- системи пошуку неструктурованої інформації.

Системи пошуку високоструктурованої інформації є частиною систем управління високоструктурованою інформацією. Йдеться перш за все про системи управління реляційними базами даних, хоча й не тільки. У будь-якому випадку під час розробки системи управління інформацією необхідно враховувати, що управління інформацією повинно включати не лише системи збору та збереження інформації, а перш за все зручну систему пошуку інформації. При цьому необхідно враховувати, що чим вищий рівень структуризації інформації, тим більші можливості розробити пошукову систему з високим рівнем гнучкості формування запитів, що відповідно відобразиться в ефективності функціонування як пошукової системи зокрема, так і системи управління інформацією взагалі.

Проте завжди буде залишатися частка неструктурованої інформації. В майбутньому будуть зростати інформаційні потреби, що й обумовить постійну появу нових класів інформації з раніше невідомою структурою. В даному випадку пошукові системи, розроблені до появи цього класу

інформації, не зможуть використовувати гнучкість, яку забезпечує ця структуризація. Крім того, існують значні обсяги текстової інформації, яка важко піддається структуризації.

Прикладами систем пошуку неструктурованої інформації є пошукові системи в Інтернет. Пошук проводиться по змістовній частині тексту. Для підвищення гнучкості пошуку в багатьох системах передбачена можливість пошуку усіх форм слова, що забезпечено наявністю у цих системах бази даних відмінювання слів.

Враховуючи те, що мова постійно розвивається, і перш за все за рахунок розширення тезаурусу, виникає потреба у розробці систем автоматичного морфологічного аналізу слів, що дасть можливість в автоматичному режимі передбачити всі форми нового слова та провести пошук з урахуванням відмінювання навіть тих слів, які відсутні в базах даних відмінювання слів. Прикладом пошукових систем з автоматичним передбаченням форм нових слів є російська пошукова система "Яндекс" (<http://www.yandex.ru/>). Крім того система "Яндекс" проводить автоматичну перевірку коректності вводу строки запиту: для попередження описок всі слова зі строки запиту перевіряють на наявність у базі даних слів, а у випадку відсутності пропонуються можливі варіанти написання слова.

Для підвищення ефективності пошук можна проводити не лише за всіма формами слова, але й враховуючи синонімічні ряди. Передумови для цього вже існують: у 2001 р. Український мовно-інформаційний фонд Національної академії наук України підготував інформаційну систему "Словники України", в якій присутня база даних відмінювання та база даних синонімів.

Враховуючи те, що при транскордонному співробітництві є потреба передавати інформацію з одного мовного середовища в інше, постає проблема пошуку інформації на багатьох мовах. Дану проблему можна вирішити шляхом автоматичного перекладу строки запиту на інші мови. Незважаючи на те, що для цього необхідно мати досить значну базу даних перекладів слів, така система вже використовується пошуковою системою "Altavista" (<http://www.altavista.com/>), хоча варто зазначити, що української мовної бази в цій системі немає.

Системи розсилки інформації та системи звітності

Враховуючи те, що економічні проблеми виникають завжди в зв'язку зі змінами і тільки внаслідок них¹⁹⁵, постійно актуальним є питання організації систем оперативного поширення інформації про зміни, які відбуваються у ринковому середовищі взагалі та на окремих ринках зокрема, тобто систем автоматичної розсилки інформації.

Системи розсилки інформації (системи вибіркового поширення

¹⁹⁵ Hayek F.A. The Use of Knowledge in Society / American Economic Review. – XXXV. – No. 4 (September, 1945). – P. 519-530.

інформації) являють собою системи оперативної пересилки абонентам відповідно до їх індивідуальних запитів сигнальної реферативної інформації в результаті аналітично-синтетичної обробки документів з реалізацією зворотного зв'язку¹⁹⁶.

Схема роботи систем розсилки інформації полягає у наступному: користувач-абонент вносить параметри, згідно яких буде проводитись відбір інформації; як тільки інший користувач вносить у базу даних інформацію, вона аналізується і за умови відповідності внесеним параметрам пересилається користувачу-абоненту.

Параметри, які повинен вносити абонент, можна поділити на:

- критерії фільтрації інформації – сукупність ознак, яким повинне відповідати повідомлення;
- організаційні параметри: адреса електронної пошти (номер телефону для передачі SMS-повідомлення) абонента, мова подання повідомлення, періодичність тощо.

За критерії фільтрації інформації можна обирати:

- реквізити документів у повнотекстових базах даних та базах нормативно-правових актів;
- назви та класифікатори у реєстрах підприємств та товарів.

На відміну від систем розсилки інформації, системи звітності поширюють не відфільтровану первинну інформацію, а зведену та згруповану в певному галузевому чи територіальному розрізі інформацію. За іншими характеристиками системи звітності являють собою системи розсилки інформації.

Системи синхронізації інформації

З огляду на те, що інформаційна системи "Транскордонне співробітництво" складатиметься з сукупності баз даних, до поповнення яких буде залучатися значна кількість користувачів, постане необхідність в розробках систем синхронізації інформації, які являють собою модулі, завданням яких буде обмін інформацією між базами даних для забезпечення необхідної актуальності.

Особливо корисними дані системи будуть для:

- регіональних баз нормативно-правових актів;
- регіональних баз даних статистичної інформації;
- реєстрів підприємств та товарів.

Системи підтримки прийняття рішень

Системи підтримки прийняття рішень орієнтовані перш за все на внутрішнє використання в межах регіональних органів влади та органів транскордонного співробітництва.

Проте для підвищення впевненості підприємців у майбутньому

регіональні органи влади та органи транскордонного співробітництва повинні подавати сигнали суб'єктам господарювання щодо своїх очікувань та бачення майбутнього в усіх сферах регіонального розвитку та транскордонного співробітництва. Тому бажано, щоб аналітичні та прогнозні матеріали були доступні і для зовнішнього використання.

Системи підтримки прийняття рішень умовно поділені на:

- системи аналізу;
- системи прогнозування (розробки прогнозів);
- геоінформаційні системи.

Системи аналізу

При прийнятті рішення органи влади та органи транскордонного співробітництва повинні опиратися на аналітичні матеріали. Процес аналізу полягає у виборі інформації з баз даних та застосування певного методу чи методики з банку методів та методик аналізу. Банк методів та методик може бути частиною системи аналізу. Проте в даному випадку пропонується банк методів та методик вивести за межі системи аналізу (рис. 3.5). Це дасть можливість в майбутньому поповнювати та вдосконалювати банк методів та методик не торкаючись самої системи аналізу, яка повинна являти собою незначну програму, що забезпечує доступ до баз даних і банку методів та методик та передбачає можливості застосування обраних методів чи методик для аналізу вибраних даних з метою подальшої передачі цих аналітичних матеріалів користувачу.



Рис. 3.5. Схема аналізу у сфері транскордонного співробітництва

Для проведення міжрегіонального аналізу пропонується застосовувати методи, подані у табл. 3.4.

¹⁹⁶Звежинский С.М. Научная организация информационной деятельности. – Львов: Каменяр, 1974. – С. 87

Таблиця 3.4

Види та методи аналізу		
Види аналізу	Дані для аналізу	Методи аналізу
Моніторинг соціально-економічного розвитку території	Первинні та розрахункові показники в абсолютних та відносних величинах, що відображають усі сторони соціально-економічного розвитку території	Порівняльний аналіз Динамічний аналіз
Маржинальний аналіз	Відносні показники, що дозволяють міжрегіональні порівняння	Визначення переліку територій з найкращими та найгіршими значеннями аналізованого показника. Визначення груп депресивних територій
Аналіз асиметрії міжрегіональної та внутрішньорегіональної	Первинні та розрахункові показники	Розрахунок показників розмаху, варіації і коефіцієнта асиметрії для аналізованого показника.

Джерело: Бастанжиева Е.А., Русских А.Н., Слынько Ю.Н., Суспицын С.А. Информационная система "Региональная политика": новые возможности в принятии решений. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://ieie.nsc.ru/~taxis/mnt9602.htm>.

Системи прогнозування

Окрім аналітичних матеріалів органи влади та органи транскордонного співробітництва при прийнятті рішення відчувають потребу у прогностичних матеріалах. Аналогічно аналізу, процес прогнозування полягає у виборі інформації з баз даних та застосування певного методу чи методики з банку методів та методик прогнозування. Багато моделей міждержавної взаємодії вже існують: як приклад можна навести модель прогнозування польсько-українських зовнішньоторговельних відносин¹⁹⁷ та модель прогнозування показників на ринку з допомогою нейронних мереж¹⁹⁸.

Як і в попередньому випадку банк методів та методик пропонується вивести за межі системи прогнозування (рис. 3.6).

¹⁹⁷Бакаєв О.О., Взьонтек-Куб'як А., Мірошніченко В.М., Кравченко Т.Г. Модель прогнозування економіки Польщі та польсько-українських зовнішньоторговельних відносин. // Економіка і прогнозування. – 2001. – № 1. – С. 85-91.

¹⁹⁸Назимко В.В., Назимко І.В. Прогноз показателів ринку с помощью нейронной сети и генетического алгоритма. // Наукові праці Донецького державного технічного університету. Серія: економічна. Випуск 22. – Донецьк: ДонДТУ, 2000. – 182-190.



Рис. 3.6. Схема прогнозування у сфері транскордонного співробітництва

Можливості та обмеження моделювання

Економіка регіону являє собою відкриту систему, поведінку якої обумовлюють як власні тенденції розвитку, так і загальні закономірності становлення ринкової економіки. Тому зрозуміти, оцінити і дати прогностичні оцінки регіонального розвитку поза загальним контекстом (фоном) важко, а іноді і неможливо. Отже для складання повноцінного прогнозу необхідно володіти інформацією про загальні (загальнодержавні, галузеві) процеси.

Іншим істотним обмеженням для побудови прикладних регіональних моделей є нестійкість динаміки економічних процесів перехідного періоду, у зв'язку з чим, стандартні прийоми економетричного моделювання характеризуються вкрай обмеженою сферою застосування. Даний факт обумовлює необхідність прикладання значних зусиль у напрямку наповнення банку методів та методик прогнозування, що й додатково підтверджує необхідність виведення його за межі самої системи прогнозування.

Важливими настановами до розробки моделей є також вимоги оперативності, інформаційної наповненості, обліку кваліфікації потенційних користувачів.

Геоінформаційні системи

Враховуючи важливість територіального чинника, особливо ефективним буде використання геоінформаційних систем (ГІС), схема використання яких представлена на рис. 3.7.

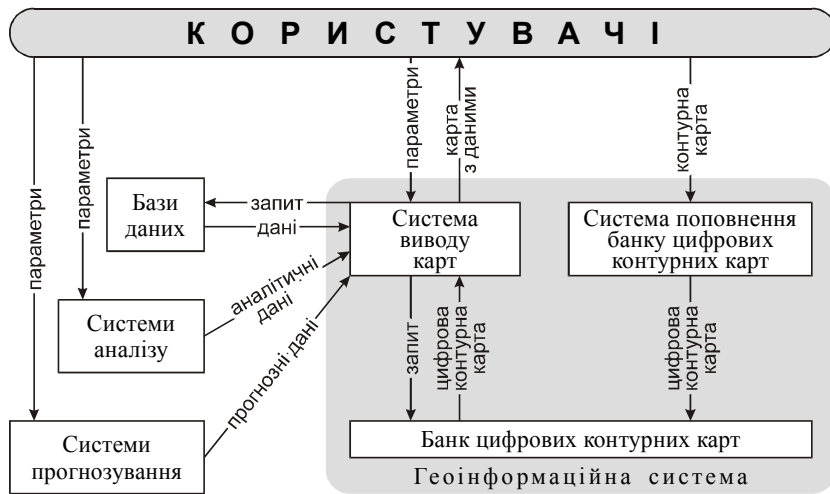


Рис. 3.7. Схема використання геоінформаційних систем з системами аналізу та прогнозування

Головна відмінність технологій ГІС від традиційних технологій баз даних полягає у встановленні зв'язку між картографічною інформацією та тематичними даними в формі реляційних баз даних, що дозволяє в інтерактивному режимі легко переходити від табличного подання даних до картографічного і навпаки, або суміщати їх¹⁹⁹.

У банку цифрових карт знаходиться інформація про місце розташування (географічні координати) об'єктів (полігон, полілінія, точка). Кожен об'єкт у банку цифрових контурних карт повинен мати свій ідентифікатор (унікальний номер). Цей ідентифікатор використовується у базах даних при записі інформації про цей об'єкт. Потім, при потребі, інформація, отримана з баз даних, за допомогою ідентифікатора пов'язується з об'єктами на карті, отриманій з банку карт, та передається у графічній формі користувачу. Таким чином проходить графічне представлення територіально релевантної інформації через зв'язок ГІС з базами даних.

Технологія ГІС передбачає інтерпретацію поданих даних у вигляді таблиць на електронних картах країни, області, району, міста, побудову на картах діаграм, відображення подій умовними позначеннями, створення площ, зафарбованих за певними градаціями кольорів для проведення аналізу, побудову ізоліній, побудову поверхонь розповсюдження явищ, можливість поєднання всіх цих зображувальних способів для більш

¹⁹⁹ Нестеренко О.В. Геоінформаційні технології забезпечення прийняття рішень [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: http://www.stc.gov.ua/news/Pub/N11_99.html.

якісного проведення просторового аналізу (наприклад: порівняння параметрів рівня розвитку інфраструктури чи наявності об'єктів інфраструктури та параметрів соціально-економічного розвитку території).

Існує також потреба просторового аналізу даних, отриманих аналітичним та прогнозним шляхом. Для цього повинен бути передбачений канал передачі даних з систем аналізу та прогнозування до ГІС.

Тобто технологія ГІС не лише забезпечує збирання, відображення, обробку, аналіз і розповсюдження інформації про просторово розподілені об'єкти і явища. Вона ще й дозволяє зв'язувати графічні об'єкти з інформацією в різноманітних базах даних, подавати дані у вигляді карт, діаграм, графіків, схем, тобто у найбільш сприятливому для людини вигляді. Цей комплекс можливостей не лише забезпечує аналіз просторових даних, але й створює основу для моделювання обстановки та підтримки прийняття стратегічних і оперативних управлінських рішень²⁰⁰, що дозволяє стверджувати, що ГІС в поєднанні з базами даних стають потужним та гнучким інструментом аналізу територіально релевантної інформації

Враховуючи сказане вище впровадження технологій ГІС оптимально виконувати в 3 етапи:

- 1) використання найпростіших функцій ГІС на локальних робочих місцях;
- 2) застосування ГІС з використанням єдиної графічної і атрибутивної бази даних;
- 3) інтегрування ГІС зі спеціалізованими аналітичними системами²⁰¹.

Перспективи розвитку системи

Оцінка використання системи та визначення напрямків подальшого розвитку

Оцінка використання системи повинно проводитись через:

– облік та аналіз інтенсивності використання окремих складових системи шляхом використання лічильників відвідування сайтів користувачами;

Визначення напрямків подальшого розвитку системи повинно проводитись через:

- оцінку використання окремих складових системи;
- забезпечення зворотного зв'язку з користувачами системи;
- аналіз досвіду розвитку аналогічних систем.

²⁰⁰ Нестеренко О.В. Геоінформаційні системи та інтеграція завдань і проектів Національної програми інформатизації України [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: http://www.stc.gov.ua/news/Pub/2_2000.html.

Нестеренко О.В. Геоінформаційні технології забезпечення прийняття рішень [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: http://www.stc.gov.ua/news/Pub/N11_99.html.

²⁰¹ Нестеренко О.В. Використання ГІС-технологій при організації даних в органах державної влади [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: http://www.stc.gov.ua/news/Pub/1_2000.html.

Бачення майбутнього системи:
позитивні та негативні очікування

Позитивні очікування

– впровадження та аналіз функціонування системи в окремих регіонах дасть можливість набути досвіду перед впровадженням схожих систем у інших регіонах;

– завдяки композиційному (модульному) підходу усунуто перешкоди та створено можливість інтеграції інформаційних систем декількох регіонів у інтегрований інформаційний ресурс про транскордонне співробітництво;

– встановлення прямого (on-line) зв'язку з інформаційними системами регіональних органів статистики як з основним джерелом інформації;

– розвиток аналітичної та прогнозної складових системи шляхом розширення кола задач та застосовуваних методів їх вирішення;

– поширення досвіду використання інформаційної системи на районний рівень.

Негативні очікування

Серед перешкод впровадження, використання та розвитку інформаційної системи "Транскордонне співробітництво" можна очікувати такі²⁰²:

– вертикальна структура органів влади та відомча роз'єднаність, що може обумовлювати небажання регіональних представництв окремих центральних органів влади та певних регіональних органів влади створювати єдиний інформаційний простір;

– труднощі взаємовідносин органів транскордонного співробітництва та регіональних управлінь статистики;

– відсутність технічних засобів та засобів зв'язку, необхідних для використання системи;

– фінансові проблеми, обумовлені небажанням центральних та регіональних органів влади, а також незалежних інвесторів вкладати фінансові засоби в даного виду розробки, оскільки вони не дають видимого, швидкого та прямо комерційного чи соціального ефекту;

– недостатнє розуміння зі сторони державних службовців;

– недостатній рівень грамотності у використанні обчислювальної техніки, що обумовлює необхідність інтенсивних освітніх заходів;

– нестача баз даних, розрахованих на відкритий доступ;

– несумісність баз даних в технічному аспекті, обумовленому

²⁰² Бастанжиева Е.А., Русских А.Н., Слынько Ю.Н., Суспицын С.А. Информационная система "Региональная политика": новые возможности в принятии решений. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://ieie.nsc.ru/~tacis/mnt9602.htm>.

Белокрылова О.С., Андреева Л.Ю., Вольчик В.В., Зеленчиков В.Г., Дехтяр Г.И. Муниципальные инвестиции: институциональная структура и информационные технологии. [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://www.economics.com.ua/download/book/000016.zip>.

використанням різних програмних засобів для обробки інформації;

– відмінності у змістовному наповненні баз даних органів влади різних країн та відмінності у методиках обчислення статистичних показників;

– незрозумілість з правовим статусом інформації та доступу до неї;

– політична роздробленість, пов'язана з незрозумілістю кінцевої мети адміністративних перетворень та відмінностями в критеріях оцінки різних господарських процесів.

Економічні результати удосконалення регіональних систем інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва

Інформаційна інтеграція як приклад віртуальної інтеграції (квaziінтеграції)

Інформаційна інтеграція полягає у створенні інтегрованих інформаційних систем господарюючих суб'єктів, які супроводжують усі господарські процеси. Вагоме зменшення інформаційних витрат стає можливим при використанні інтегрованих інформаційних систем декількох господарюючих суб'єктів, що й обумовлює інтеграційні процеси. Тобто, як вже зазначалося раніше інтеграційні процеси сприяють зменшенню інформаційних витрат: горизонтальна інтеграція – шляхом економії на масштабі; вертикальна інтеграція – шляхом інтерналізації інформаційних витрат.

Існують три ступеня вертикальної інтегрованості, які значною мірою можна застосувати і до горизонтальної інтеграції:

– довгостроковий контракт, при якому зберігається повна самостійність сторін;

– довгострокові контракти з обмеженнями;

– довгостроковий контракт, що об'єднує фактори виробництва в єдину організаційну структуру, іншими словами, заснування фірми.

Але будь-який контракт є результатом двостороннього (або багатостороннього) спільного рішення, причому синхронного, тобто одночасного.

Проте господарська взаємодія може виникати і в асинхронному порядку: одна з сторін відкривається до взаємодії усім потенційним контрагентам певним чином формалізуючи майбутню взаємодію і чекає на реакцію інших учасників ринку. Будь-який контрагент може вступати у взаємодію необмежену кількість раз: кожен раз передбачає укладання точкового контракту, який одразу ж і виконується; тобто жодна з сторін не несе довгострокових зобов'язань відносно іншої, в результаті чого кожному окрему взаємодію неможливо трактувати як інтеграцію. Але висока періодичність взаємовідносин таких господарських одиниць дає можливість говорити про певний рівень інтегрованості господарських процесів даних суб'єктів, яку ми називаємо умовною інтеграцією (квaziінтеграцією) або віртуальною інтеграцією.

Тобто, віртуальна інтеграція (квазіінтеграція) – інтеграція господарських процесів при відсутності тривалої правової залежності інтегрованих суб'єктів господарювання.

Таким чином у господарюючого суб'єкта є два шляхи інформаційної інтеграції:

- створення корпоративних інформаційних систем;
- створення інформаційних систем некорпоративних або віртуальних організаційних структур²⁰³.

Інтеграція, в т.ч. інформаційна, переважно передбачає наявність лише одного лідера²⁰⁴, який візьме на себе функції координатора, зокрема, в даному випадку – розробку, впровадження та підтримку функціонування інформаційної системи.

Функції лідера-координатора може взяти певне об'єднання підприємств (рис. 3.8), наприклад галузеве об'єднання чи торгово-промислова палата.

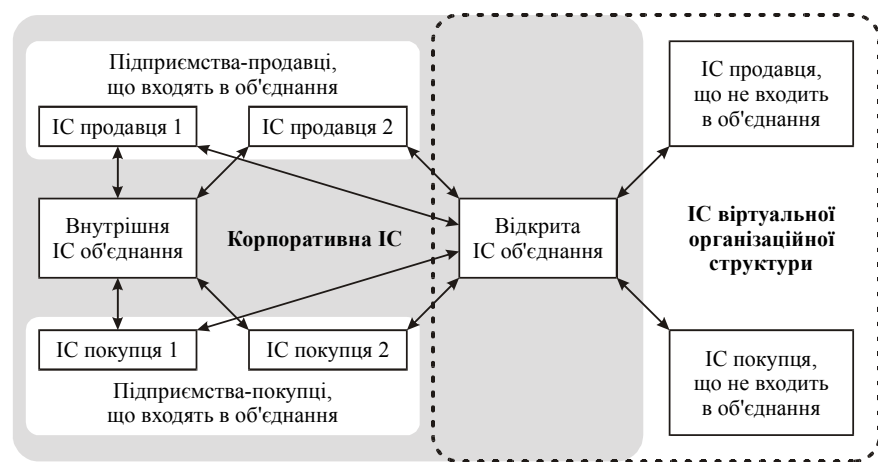


Рис. 3.8. Інформаційні системи (ІС) корпоративних та некорпоративних/віртуальних структур

Взаємодія в межах віртуальних організаційних структур не може бути визначена як внутрішня взаємодія; отже вона повинна бути визнана як зовнішня, тобто ринкова. Проте, з огляду на досить високий рівень організованості, відкриті інформаційні системи підприємництва можна трактувати як форму організованого ринку.

²⁰³ Рублевская Ю.В., Рублевский Р.В., Попов Е.В. Стратегии развития отраслевых Интернет-ресурсов // Маркетинг в России и за рубежом – 2002. – № 2.

²⁰⁴ Зибер П. Управление сетью как ключевая компетенция предприятия // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – № 3.

Серед переваг організації ринку через використання відкритих ІС бізнесу можна виділити:

- незалежність суб'єктів господарювання як на ринку, що не обмежує конкуренцію (перевага ринку);
- економія на інформаційних витратах через ефект масштабу (перевага фірми).

Відкрита інформаційна система виконує функцію торгової площадки, тобто являє собою електронну торгову площадку. Електронні торгові площадки призначені для організації взаємодії підприємств-учасників.

За походженням електронні торгові площадки поділяють²⁰⁵ на три групи:

- незалежні;
- приватні;
- галузеві.

Незалежні електронні торгові площадки створюються незалежними підприємствами (переважно з сектору інформаційних технологій) для обслуговування певних галузей чи ринків. Учасникам пропонуються засоби вирішення проблем пошуку партнерів, єдине місце ведення бізнесу, управління взаємовідносинами та можливість порівняння цін різних постачальників. В даному випадку існує лише віртуальна організаційна структура (рис. 3.8).

Приватні електронні торгові площадки створюють великі фірми для поглиблення інтеграції зі своїми партнерами. Приватні електронні торгові площадки об'єднують існуючі внутрішні інформаційні системи учасників з метою покращення роботи ланцюжків постачання та скорочення витрат на транзакціях з партнерами. В даному випадку існує сильно інтегрована корпоративна ІС, а відкрита ІС, яка є необхідною умовою існування віртуальної організаційної структури, може бути і відсутня (рис. 3.8). Прикладом приватної електронної торгової площадки може бути система автоматичної розсилки інформації, реалізована у компанії Compaq, яку Білл Гейтс називає технологією "публікації та підписки": при зміні інформації у певній базі даних компанії (про стан складських запасів або про значну партію замовлення комп'ютерів) дана система автоматично розсилає повідомлення про це всім зацікавленим у цій інформації особам всередині компанії та зовнішнім постачальникам певних комплектуючих²⁰⁶.

Галузеві електронні торгові площадки створюються галузевими об'єднаннями для інформаційного обслуговування перш за все членів об'єднання. Можливе також виникнення галузевих електронних торгових площадок через спеціалізацію незалежних торгових площадок, розширення

²⁰⁵ Кутуков В. В2В: Принципы построения и работы [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: http://www.cfin.ru/itm/b2b_basic.shtml.

²⁰⁶ Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – С. 163.

діяльності приватних торгових площадок або диверсифікацію діяльності інших галузевих торгових площадок (1) з суміжних галузей або (2) з сусідніх територій. Окрім інформації про ціни, галузеві електронні торгові площадки пропонують різноманітну інформацію, але специфічну саме для даної конкретної галузі: новини, нормативно-правові акти, технічну документацію тощо. Прикладами галузевих електронних інформаційних джерел в Україні можуть бути сайти "ПРОМЕТАЛЛ" (<http://www.prometal.com.ua/>) та "УКРМЕТАЛЛ" (<http://www.ukrmetal.com.ua/>).

Різні господарюючі суб'єкти розвивають віртуальні мережі різними шляхами. Виділяють три шляхи розвитку віртуальності²⁰⁷:

1. Великі підприємства розширюються за допомогою створення зовнішніх філій і спільних компаній, передаючи їм частину своїх компетенцій, але утримуючи за собою деякі ключові. У результаті утворюється мережі підприємств з економічно залежних партнерів. При подібному шляху еволюції, який можна назвати квазіекстерналізацією, виникає і правова залежність партнерів: обумовлюються умови взаємної діяльності, укладаються рамкові договори про співробітництво тощо. Економічна ж залежність підвищується в зв'язку з тим, що підприємства-партнери повинні здійснювати специфічні коопераційні інвестиції: вирівнювати свої інформаційно-технологічні інфраструктури, виробляти спільні організаційні правила. Стратегічним лідером подібних мереж залишається одне чи декілька підприємств.
2. Трохи інший шлях розвитку притаманний малим і середнім підприємствам. Для них на противагу великим характерна сильна концентрація на нечисленних компетенціях, низька вертикальна інтеграція, а нові ринкові шанси створюються шляхом описаних вище змін. Вони можуть запропонувати великим корпораціям свої компетенції і тим самим стати частиною мережі підприємств. Мова йде не про відносини клієнта і постачальника в рамках ринкових угод, а про чисто партнерські зв'язки. Малий партнер використовує імідж великого підприємства, його ноу-хау, інформаційну інфраструктуру й ін. Очевидно, що і для даного шляху характерна наявність лідера мережі.
3. Варто наголосити, що малі і середні підприємства сприймають попередньо зазначений шлях як небезпечний для себе. Тому вони воліють формувати мережі з компанією своєї категорії. Ці мережі часто мають як вертикальні так і горизонтальні зв'язки. Малим і середнім підприємствам, що вступили на шлях квазіінтерналізації, часто бракує саме віртуальності, тобто компетенції, що у великих корпораціях будується на координації господарської діяльності підрозділів. Цю

прогалину можна заповнити як підвищенням кваліфікації, так і організацією співробітництва з зовнішнім постачальником послуг (консультантом). Група малих підприємств може використовувати або внутрішнього, або зовнішнього "мережного координатора".

Як зазначено вище, внаслідок інформаційної інтеграції підприємств зростає їх залежність один від одного та від функціонування інтегрованої інформаційної системи. У випадку з корпоративними інформаційними системами координатор зацікавлений у функціонуванні як усього об'єднання/холдингу, так і окремих господарюючих суб'єктів, які входять до його складу.

Зовсім інша ситуація характерна для віртуальних структур: координатор зацікавлений в успішному функціонуванні лише свого бізнесу та самої відкритої інформаційної системи. У випадку платних послуг, координатор несе відповідальність за рівень наданих послуг кожному клієнту. У випадку безплатних послуг, координатор немає жодних прямих зобов'язань перед клієнтами і може у будь-який момент змінювати як набір послуг, так і механізм функціонування усієї інформаційної системи, що може негативно впливати на клієнтів. Таким чином, варто зауважити, що квазіінтеграція на основі безплатних інформаційних систем є небезпечною для функціонування підприємств-клієнтів, особливо при відсутності або нерозвиненості інших систем постачання інформації.

Спеціалізація електронних торгових площадок. Переважно електронні торгові площадки спеціалізуються на певній галузі або продукції (вертикальна квазіінтеграція) або на певному бізнес-процесі (горизонтальна квазіінтеграція).

Вертикальні (галузеві) електронні торгові площадки обслуговують вертикальні ринки. Вони надають специфічну для даної галузі інформацію та враховують усталену специфіку взаємовідносин підприємств цієї галузі.

Горизонтальні (функціональні) електронні торгові площадки спрямовані на виконання певних функцій чи автоматизацію певного процесу (логістика, страхування, розрахунки, митні процедури тощо) для різноманітних галузей. Їх діяльність зосереджена навколо певного бізнес-процесу, який є горизонтальним, тобто може застосовуватись на будь-яких ринках²⁰⁸.

Вертикальні організаційні структури найбільш адекватні стабільному формалізованому середовищу, горизонтальні – середовищу динамічному та погано формалізованому²⁰⁹.

Функціонування електронних торгових площадок забезпечується різноманітними моделями організації взаємовідносин між продавцями та

²⁰⁷ Зибер П. Управление сетью как ключевая компетенция предприятия // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – № 3.

²⁰⁸ Кутуков В. В2В: Принципы построения и работы [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: http://www.cfin.ru/itm/b2b_basic.shtml.

²⁰⁹ Титюхин Н. Логистика в оргструктуре компании. Стадии развития // Логинфо. – 2001. – №4.

покупцями: моделі з фіксованими цінами, притаманні для торгівлі за каталогами; моделі динамічного ціноутворення, притаманні аукціонній чи біржовій торгівлі.

Каталожна модель зосереджує продавців і покупців в одному місці. Вона є найкращою для галузей, що характеризуються сильною фрагментацією продавців і покупців, що часто здійснюють операції з відносно недорогими товарами. При цьому не має сенсу узгоджувати ціни, і вони фіксуються продавцями. Каталожна модель також добре працює, якщо більшість продажів здійснюється відомими постачальниками і за визначеними правилами, а покупцю для вибору продавця необхідно ознайомитися з пропозиціями великого числа дрібних постачальників. І, нарешті, ця модель добре працює на ринках, де попит досить передбачуваний, а ціни міняються рідко.

Аукціонна модель забезпечує просторове зосередження продавців і покупців. Вона добре працює у випадках, коли нестандартні, єдині у своєму роді або швидкопсувні товари чи послуги продаються чи купуються компаніями, що мають різні підходи до ціноутворення. У цю групу потрапляють рідкі предмети, капітальне устаткування, товари, що були ужитку, складські залишки і тому подібні продукти.

Біржова модель забезпечує поточне узгодження попиту та пропозиції. Така модель вимагає створення механізмів узгодження попиту/пропозиції в реальному часі, визначення ринкової ціни, а також процесу реєстрації і здійснення угод. Ця модель є найкращою для стандартизованої продукції, що має декілька легко стандартизованих характеристик. Біржова модель приваблива для ринків, де попит і ціни нестабільні. Вона дозволяє учасникам ринку керувати надлишками пропозиції або піками попиту.

Переважно, електронні торгові площадки пропонують не один, а кілька методів торгівлі²¹⁰.

З огляду на те, що відкриті інформаційні системи є формою організованого ринку, вони можуть впроваджуватися іншими вже існуючими формами організованого ринку, зокрема реальні біржі, які мають свої внутрішні інформаційні системи, можуть приймати участь у розробці відкритих інформаційних систем біржової торгівлі.

Незважаючи на те, що багато вітчизняних компаній визнають можливості і переваги електронних торгових площадок, у середовищі нефінансових підприємств до ведення електронного бізнесу (мається на увазі перенесення бізнесу в мережу) готові лише 2-3% українських підприємств, ще 5-6% – у принципі готові, 90% – не готові зовсім²¹¹.

²¹⁰ Кутуков В. В2В: Принципы построения и работы [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: http://www.cfin.ru/itm/b2b_basic.shtml.

²¹¹ Блащук Ю. Віртуальні банки та електронний банкінг: загрози чи нові можливості? Досвід України // Економічний часопис. – 2001. – №9.

Для повної реалізації переваг електронного бізнесу компаніям необхідно:

- створити хоча б базову внутрішню інформаційну систему;
- переглянути внутрішні процеси, системи, стандарти, підходи;
- перебороти опір змін як усередині самої компанії, так і серед її партнерів і клієнтів.

Розробники площадок повинні також чітко розуміти, які потреби своїх потенційних клієнтів вони зможуть задовольнити, які переваги в порівнянні з традиційними методами торгівлі вони можуть надати користувачам, наскільки самі користувачі готові адаптуватися до нових технологій ведення бізнесу.

Кожна з моделей побудови торгової площадки дозволяє підвищити ефективність однієї чи декількох найважливіших функцій у процесі купівлі-продажу:

- пошук постачальника;
- прозорість цін;
- відстеження руху продукту по ланцюжку постачання;
- логістика;
- розробка продукту;
- закупівля і постачання;
- планування ланцюжка постачання;
- управління послугами.

Але жодна з моделей торгової площадки не може надати всі ці переваги одночасно. Тому компанія, що бажає найбільше повно використовувати переваги інформаційних технологій ведення бізнесу необхідно використовувати стратегічно і динамічно керований комплексний підхід, що найбільше ефективно використовує можливості тієї чи іншої моделі для найбільш повного задоволення її потреб. Уміле використання комбінації різних моделей стане в найближчому майбутньому важливим фактором забезпечення конкурентоспроможності бізнесу²¹².

Кількісна оцінка ефективності заходів та встановлення меж застосування одержаних результатів

Для визначення потенційного платника за користування інформаційними ресурсами необхідно попередньо з'ясувати, хто з них отримає переваги від такого користування.

Переваги полягатимуть у зменшенні трансакційних (в даному випадку інформаційних) витрат, внаслідок чого в більшості випадків загальні витрати покупця на придбання товару зменшаться, а чиста виручка продавця від реалізації товару зросте, при цьому може відбутися зростання кількісного обсягу ринку (рис. 3.9).

²¹² Кутуков В. В2В: Принципы построения и работы [Електрон. ресурс]. – Спосіб доступу: URL: http://www.cfin.ru/itm/b2b_basic.shtml.

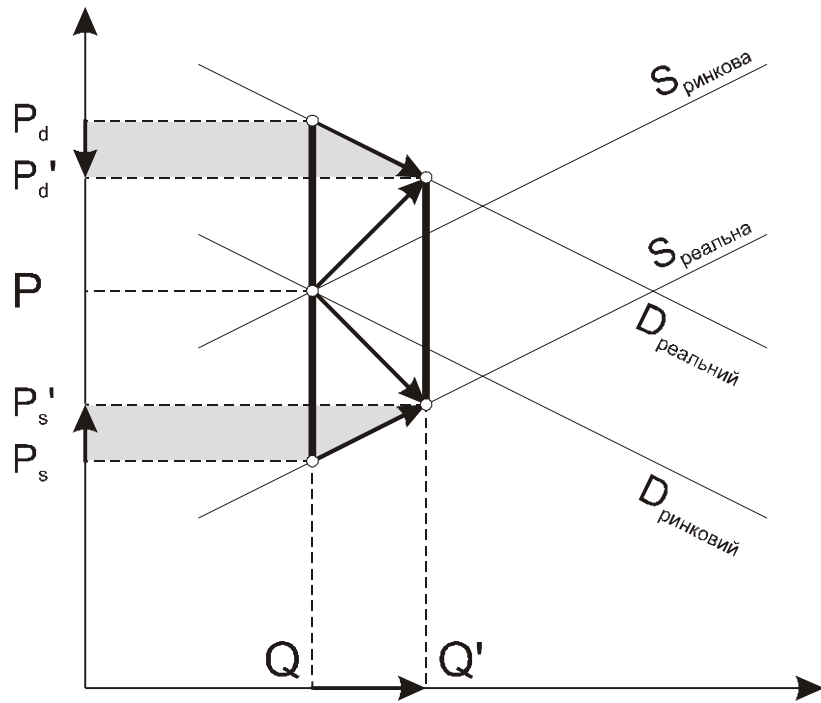


Рис. 3.9. Графічна модель зміни ситуації на ринку внаслідок зменшення інформаційних витрат

Важливо звернути увагу на те, що ринкова ціна знаходиться в межах між ціною продажу та ціною купівлі і залежить від розподілу трансакційних витрат між контрагентами (деякі трансакційні витрати є явними, є питання розподілу їх між контрагентами регулюються на договірному рівні, зокрема при оформленні зовнішньоекономічних договорів для врегулювання розподілу витрати на транспортування, митне оформлення та страхування прийнято використовувати правила ІНКОТЕРМС). Отже, нова ринкова ціна буде знаходитись між новою ціною продажу та новою ціною купівлі, тобто може бути як більшою, так і меншою від попередньої ринкової ціни.

Затемнені на рис. 3.9 області зображують ефекти, які отримають продавець та покупець внаслідок зменшення інформаційних витрат. Проте на даному рисунку зображено самий типовий випадок, коли переваги одержать обидва контрагенти, інші варіанти подано на рис. 3.10.

Попит \ Пропозиція	Попит сталий Ефект продавця = 0	Попит типовий	Ціна попиту стала Ефект покупця = 0
Пропозиція стала Ефект покупця = 0	-	 варіант 1	 варіант 2
Пропозиція типова	 варіант 3	 варіант 4	 варіант 5
Ціна пропозиції стала Ефект продавця = 0	 варіант 6	 варіант 7	-

Рис. 3.10. Графічні моделі зміни ситуації на різних типах ринків внаслідок зменшення інформаційних витрат

Як видно з рис. 3.10 на деяких типах ринків ефект внаслідок зменшення інформаційних витрат буде отримувати лише один з контрагентів, що дає змогу стверджувати, що лише даний контрагент зацікавлений у зменненні інформаційних витрат.

Таким чином можна пояснити низку явищ:

– на ринку нерухомості, який характеризується сталою пропозицією: (варіанти 1 та 2 рис. 3.10), саме продавці поширюють інформацію про товар;

– на ринках невичерпних (вода) та умовно невичерпних (нафта) природних ресурсів, яким притаманна стала ціна пропозиції (варіанти 6 та 7

рис. 3.10), саме споживачі шукають інформацію про продавців;

– на ринках товарів першої необхідності, яким притаманних стабільний попит (варіанти 3 та 6 рис. 3.10), саме споживачі шукають інформацію про продавців.

Це дає можливість очікувати, що

– продавці зацікавлені у зменшенні трансакційних витрат на ринках зі сталою пропозицією та ринках з сталою ціною попиту (вар. 1, 2, 5 рис. 3.10);

– покупці зацікавлені у зменшенні трансакційних витрат на ринках зі сталою ціною пропозицією та на ринках сталого попиту (вар. 3, 6, 7 рис. 3.10).

Тобто попередній аналіз галузевих ринків дозволить розробляти для окремих галузей окремі схеми оплати інформаційних послуг:

– плата за внесення інформації – варіанти 1, 2, 4, 5 рис. 3.10;

– плата за отримання інформації – варіанти 3, 4, 6, 7 рис. 3.10.

Математично розрахунок ефекту від пошуку інформації виглядає таким чином: якщо покупець шукає певний товар, але за нижчу ціну (ціновий параметр товару обраний для простоти опису), то очікуваний ефект буде рівний добутку кількості товару на математичне сподівання економії за рахунок знаходження продавця даного товару за нижчою ціною. Ціни на ринку розподілені за певним законом розподілу.

Нехай $F(\text{Price})$ та $f(\text{Price})$ – функції імовірності та густини розподілу ціни. Тоді імовірність, що ціна (price) є меншою певної ціни (Price), становить:

$$P(\text{price} < \text{Price}) = F(\text{Price}) \quad (3.1)$$

Імовірність, що ціна (price) є більшою певної ціни (Price), рівна:

$$P(\text{price} > \text{Price}) = 1 - P(\text{price} < \text{Price}) = 1 - F(\text{Price}) \quad (3.2)$$

Якщо ціни в різних продавців незалежні, то імовірність, що мінімальна ціна (price_{\min}) у n продавців є більшою певної ціни (Price), становить:

$$P(\text{price}_{\min} > \text{Price}) = \prod_{i=1}^n P(\text{price}_i > \text{Price}) = P(\text{price} > \text{Price})^n = (1 - F(\text{Price}))^n \quad (3.3)$$

Відповідно, імовірність та густина розподілу мінімальної ціни:

$$F_{\min}(\text{Price}) = P(\text{price}_{\min} < \text{Price}) = 1 - P(\text{price}_{\min} > \text{Price}) = 1 - (1 - F(\text{Price}))^n \quad (3.4)$$

$$f_{\min}(\text{price}) = \frac{dF_{\min}(\text{price})}{d\text{price}} = \frac{d(1 - (1 - F(\text{price}))^n)}{d\text{price}} = n \cdot (1 - F(\text{price}))^{n-1} \cdot f(\text{price}) \quad (3.5)$$

Математичне сподівання мінімальної ціни (price_{\min}) у n продавців рівне:

$$M_{\min}(n) = n \cdot \int_{-\infty}^{+\infty} \text{price} \cdot (1 - F(\text{price}))^{n-1} \cdot f(\text{price}) \cdot d\text{price} \quad (3.6)$$

$$\begin{aligned} M_{\min}(1) &= 1 \cdot \int_{-\infty}^{+\infty} \text{price} \cdot (1 - F(\text{price}))^{1-1} \cdot f(\text{price}) \cdot d\text{price} = \\ &= \int_{-\infty}^{+\infty} \text{price} \cdot f(\text{price}) \cdot d\text{price} = M \end{aligned} \quad (3.7)$$

Очікувана економія від пошуку інформації ($\text{saving}(n_i)$) розраховується як добуток очікуваного зменшення ціни на кількість товару:

$$\text{saving}(n_i) = Q_i \cdot (M - M_{\min}(n_i)) \quad (3.8)$$

де Q_i – кількість товару, який придбає покупець i .

А очікувана гранична економія від пошуку інформації ($\text{marginal saving}(n_i)$) рівна:

$$\text{marginal saving}(n_i) = Q_i \cdot (M_{\min}(n_i - 1) - M_{\min}(n_i)) \quad (3.9)$$

Оптимальний обсяг пошуку (N_i) визначається з відношення:

$$\text{marginal saving}(N_i + 1) \leq \text{marginal costs} \leq \text{marginal saving}(N_i)$$

$$(M_{\min}(N_i) - M_{\min}(N_i + 1)) \leq \frac{\text{marginal costs}}{Q} \leq (M_{\min}(N_i - 1) - M_{\min}(N_i)) \quad (3.10)$$

де marginal costs – граничні витрати на пошук.

Якщо ціна розподілена за законом нормального розподілу, то математичне сподівання мінімальної ціни та середньоквадратичного відхилення для деяких значень обсягу пошуку наведена в табл. 3.5.

Числовий аналіз розрахунків залежності математичного сподівання та граничної економії (граничних витрат) від обсягу пошуку дозволив дещо спростити процедуру даних обчислень шляхом заміни інтегральної функції на апроксимуючу. Зокрема результати кореляційно-регресивного аналізу показали, що коли обсяг пошуку більший 10, математичне сподівання мінімальної ціни рівне (відхилення значення множника біля σ не більше 2%):

$$M_i = M + \sigma \cdot \left(\frac{\ln\left(\frac{\Pi}{Q_i \cdot \sigma}\right)}{3} - 0,6 \right) \quad (3.11)$$

де M_i – математичне сподівання мінімальної ціни для покупця i ;
 Π – одиничні витрати на пошук (припустимо однаковими для усіх покупців);
 Q_i – обсяг ринку для покупця i ;
 M – математичне сподівання ціни;
 σ – середнє квадратичне відхилення ціни при обмеженому дослідженні ринку.

Таблиця 3.5

Математичне сподівання та середньоквадратичне відхилення мінімальної ціни, якщо ціни на ринку розподілені за законом нормального розподілу

Обсяг пошуку	Мінімальна ціна		Гранична економія на одиниці товару
	Математичне сподівання	Середнє квадратичне відхилення	
1	M	σ	–
2	M-0,564 σ	0,826 σ	0,564 σ
3	M-0,846 σ	0,748 σ	0,282 σ
4	M-1,029 σ	0,701 σ	0,183 σ
5	M-1,163 σ	0,669 σ	0,134 σ
6	M-1,267 σ	0,645 σ	0,104 σ
7	M-1,352 σ	0,626 σ	0,085 σ
8	M-1,424 σ	0,611 σ	0,071 σ
9	M-1,485 σ	0,598 σ	0,061 σ
10	M-1,539 σ	0,587 σ	0,0537 σ
20	M-1,867 σ	0,525 σ	0,0230 σ
30	M-2,043 σ	0,496 σ	0,0142 σ
40	M-2,161 σ	0,477 σ	0,0102 σ
50	M-2,249 σ	0,464 σ	0,0079 σ
60	M-2,319 σ	0,454 σ	0,0064 σ
70	M-2,377 σ	0,446 σ	0,0054 σ
80	M-2,427 σ	0,440 σ	0,0046 σ
90	M-2,470 σ	0,434 σ	0,0040 σ
100	M-2,508 σ	0,429 σ	0,00359 σ
200	M-2,746 σ	0,401 σ	0,00166 σ
300	M-2,878 σ	0,387 σ	0,00106 σ
400	M-2,968 σ	0,377 σ	0,00078 σ
500	M-3,037 σ	0,371 σ	0,00061 σ
600	M-3,092 σ	0,366 σ	0,00050 σ
700	M-3,137 σ	0,361 σ	0,00042 σ
800	M-3,177 σ	0,358 σ	0,00037 σ
900	M-3,211 σ	0,355 σ	0,00032 σ
1000	M-3,241 σ	0,352 σ	0,00029 σ

Відповідно виручка на ринку буде рівна:

$$\sum_i M_i \cdot Q_i = \sum_i \left(M + \sigma \cdot \left(\frac{\ln\left(\frac{\Pi}{Q_i \cdot \sigma}\right)}{3} - 0,6 \right) \right) \cdot Q_i = \quad (3.12)$$

$$= (M - 0,6 \cdot \sigma) \sum_i Q_i + \frac{\sigma}{3} \sum_i \ln\left(\frac{\Pi}{Q_i \cdot \sigma}\right) \cdot Q_i$$

Виходячи з того, що сума обсягів на ринку становить загальний обсяг ринку, визначимо, що:

$$Q = \sum_i Q_i \quad (3.13)$$

$$Q_i = Q \cdot q_i \quad (3.14)$$

де Q – загальний обсяг ринку;
 q_i – питома частка покупця i на ринку;
Отже середня ціна на ринку (*market price*) буде становити:

$$\text{market price} = \frac{(M - 0,6 \cdot \sigma) \sum_i Q_i + \frac{\sigma}{3} \sum_i \ln\left(\frac{\Pi}{Q_i \cdot \sigma}\right) \cdot Q_i}{Q} =$$

$$= M - 0,6 \cdot \sigma + \frac{\sigma}{3} \cdot \frac{\sum_i \ln\left(\frac{\Pi}{Q_i \cdot \sigma}\right) \cdot Q_i}{Q} =$$

$$= M - 0,6 \cdot \sigma + \frac{\sigma}{3} \cdot \sum_i \ln\left(\frac{\Pi}{Q_i \cdot \sigma}\right) \cdot q_i = \quad (3.15)$$

$$= M - 0,6 \cdot \sigma + \frac{\sigma}{3} \cdot \left(\sum_i \ln\left(\frac{\Pi}{Q \cdot \sigma}\right) \cdot q_i - \sum_i \ln(q_i) \cdot q_i \right) =$$

$$= M - 0,6 \cdot \sigma + \frac{\sigma}{3} \cdot \left(\ln\left(\frac{\Pi}{Q \cdot \sigma}\right) - \sum_i \ln(q_i) \cdot q_i \right)$$

Варто звернути увагу на те, що $(-\sum_i \ln(q_i) \cdot q_i)$ – це ентропія на ринку зі сторони покупців. Тобто:

$$\text{market price} = M - 0,6 \cdot \sigma + \frac{\sigma}{3} \cdot \left(\ln\left(\frac{\Pi}{Q \cdot \sigma}\right) + E_{\text{нок.}} \right) \quad (3.16)$$

де $E_{\text{нок.}}$ – ентропія на ринку зі сторони покупців.

Аналогічно як формула (3.6) дає можливість оцінити ефект від

горизонтальної інтеграції на рівні суб'єкта господарювання формула (3.16) дає можливість оцінити ефект від горизонтальної інтеграції (результатом чого буде зменшення ентропії) на всьому ринку.

Отже можна стверджувати, що:

– зменшення ціни внаслідок горизонтальної інтеграції покупців пропорційно середньоквадратичному відхиленню та зменшенню ентропії на ринку зі сторони покупців;

– зменшення ціни внаслідок зменшення витрат на пошук пропорційно середньоквадратичному відхиленню та логарифму зменшення витрат на пошук.

Проте варто звернути увагу на те, що зменшення ціни може спричинити зростання попиту, внаслідок чого зросте значення M та може змінитись σ , тому формулу (3.16) можна використовувати лише у випадках сталого попиту.

Підсумовуючи можна стверджувати, що зменшення витрат на пошук інформації матиме різні результати залежно від характеристик конкретного ринку.

Якщо коло покупців обмежене вже існуючими покупцями, то поінформованість покупців дасть їм можливість купляти товари за нижчими цінами, що спричинить витіснення з ринку продавців, які торгують за високими цінами. Функція розподілу ціни буде зміщуватися в сторону функції густини розподілу мінімальної ціни, яка характеризується нижчими рівнями математичного сподівання та дисперсії. Зменшення дисперсії спричинить зниження оптимального обсягу пошуку, що ще більше зменшить сумарні витрати на пошук. Позитивні наслідки: зменшення невизначеності (підтвердженням чого є зменшення дисперсії); зниження ціни, скорочення витрат на пошук інформації (табл. 3.5).

Зменшення сумарних витрат (ціна + трансакційні витрати зі сторони покупця, в т.ч. витрати на пошук інформації) може обумовити ріст попиту як зі сторони вже існуючих покупців, так і за рахунок появи нових, для яких витрати на пошук інформації були бар'єром виходу на ринок (рис. 3.9, рис. 3.10 варіанти 4, 5, 7). Може виникнути новий ринок, який раніше не міг існувати через значні трансакційні витрати.

У випадку обмеженості пропозиції це викличе зростання цін, що є характерно для ринків землі, нерухомості та інвестицій (об'єктів інвестицій) (рис. 3.10 варіанти 1, 2). Зростання попиту та/або ціни при підвищенні поінформованості характерне також і для ринків монополістичних та монополістичної конкуренції (рис. 3.10 варіанти 4, 5); саме даний факт дає можливість пояснити джерело ефективності реклами. З огляду на те, що збільшення попиту може відбутися лише за умови зменшення сумарних витрат, то збільшення ціни можливе лише в межах економії витрат на пошук інформації.

При появі можливостей обміну неціновою інформацією щодо товарів можлива сегментація ринку за якісними характеристиками, в тому числі поява нових сегментів ринку – сегменту високоякісних товарів.

Проте, однозначно можна стверджувати, що інформація як засіб зменшення невизначеності є більш корисною на ринках, з високою невизначеністю, тобто на ринках, що динамічно розвиваються (3.16). На усталених ринках інформаційні технології можуть лише дещо зменшити витрати на чисто технічних процедурах.

Виходячи з вищевказаного, проблеми визначення економічного ефекту від зменшення інформаційних витрат можна поділити на дві групи:

– проблеми визначення економічного ефекту від зменшення трансакційних витрат;

– проблеми визначення економічного ефекту від підвищення поінформованості учасників ринку.

Зі зменшенням трансакційних витрат поглиблюються процеси спеціалізації та поділу праці, зростають інтенсивність та масштаби обміну²¹³. Трансакційні витрати поділяють на реальні та віртуальні (розрахункові). Віртуальність трансакційних витрат пояснюється тим, що через свою значну величину вони роблять певну трансакцію не вигідною; і тому ця трансакція не відбувається, а самі трансакційні витрати залишаються винятково у розрахунках потенційних контрагентів і не фіксуються статистично. І як наслідок неможливо точно оцінити їх величину та чи вдасться їх зменшити до рівня, який би забезпечив ефективність трансакції, а також визначити які з потенційних учасників ринку стануть реальними та на скільки збільшиться ринок.

Підвищення поінформованості учасників ринку дозволить зменшити негативний вплив ефекту "лимонів" та ефекту витіснення дрібних учасників ринку. Зі зменшенням негативного впливу ефекту "лимонів" за рахунок поширення попередньо недоступної інформації про якісні характеристики товару ринок почне сегментуватися за цими характеристиками, з'явиться попит окремо на високоякісні товари, і скоріш усього це відбудеться зі сторони нових учасників ринку. Проблема визначення економічного ефекту пов'язана з труднощами оцінки зміни параметрів ринку, перш за все структури – збільшення частоти дрібних учасників та поява учасників, які пред'являють попит на високоякісні товари.

Проблеми визначення інформаційних витрат пов'язані також і з тим, що у багатьох випадках вони є частиною інших витрат: витрати на зв'язок та на ЗМІ; участь у виставках, ярмарках; участь у об'єднаннях підприємств, які поширюють інформацію серед своїх членів тощо.

Підсумовуючи можна стверджувати, що, незважаючи на велике

²¹³ Капелюшников Р.И. Экономическая теория прав собственности: методология, основные понятия, круг проблем. – М.: ИМЭМО, 1990.

значення поінформованості учасників ринку для підвищення ефективності ринку, визначення цієї ефективності пов'язане зі значними труднощами як методологічного, так і методичного характеру.

ПІСЛЯМОВА

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. Для прикордонних регіонів їхнє місце розташування є чи не найважливішим ресурсом. 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 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.

Для прикордонних територій, навіть при умові протекціоністської політики щодо вітчизняного виробника, об'єктивно існує конкурентне середовище на транскордонних ринках. 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 інфраструктура. Тобто конкурентоспроможність регіону завжди включає свідомо керований довгостроковий аспект розвитку і її можна визначити як здатність регіону досягти й підтримувати високі темпи економічного зростання. Це те, яким чином держава і регіон створюють і підтримують середовище, що забезпечує конкурентоспроможність своїх економічних агентів. Зрештою, висока конкурентоспроможність країни сприяє високому рівню і якості життя населення. Конкурентна спроможність суб'єктів господарювання все більше залежить не лише від підприємливості власників і продуктивності працівників, але також від ефективності функціонування територіальних суспільно-господарських систем і їх здатності до формування сучасних дієвих структур, які результативно використовують наявну в регіоні сукупність факторів виробництва.

Незважаючи на активізацію процесів транскордонного співробітництва та інтенсифікацію наукових досліджень у даному напрямку, до цього часу у наукових колах питання інформаційної підтримки цих процесів розглядалося фрагментарно, а сама проблема окреслювалась лише у загальному вигляді. Відповідно, настала нагальна потреба визначення ролі інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва.