

ГЛОБАЛЬНІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ ХХІ СТ.

МІКРОЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ: ОРІЄНТИРИ ДЛЯ НОВИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

АРТЬОМОВА Тетяна,

головний науковий співробітник Державної установи

«Інститут економіки та прогнозування

Національної академії наук України», Україна

orcid.org/0000-0001-8511-9681

Процес розширеного відтворення і поступального розвитку в ринковій системі господарювання здійснюється на власній основі і продукується конкурентними відносинами. Конкуренція постійно розширює існуючий та створює новий попит на споживчі блага, знаряддя та засоби праці. Зі збільшенням та якісною зміною попиту (споживання) виникає потреба у розширенні виробництва при одночасному поглибленні поділу праці. Останнє в ринковій системі відтворення зумовлює диференціацію як самого виробництва, так і його економічних суб'єктів. Між ними розширюється обмін, сприяючи зростанню споживання, і, як наслідок, новий виток розвитку виробництва. При цьому важливо враховувати, що видозміна та динаміка чисельності економічних суб'єктів обумовлюється трансформацією прав та відносин власності.

На рубежі ХІХ–ХХ ст. провідним суб'єктом висхідного розвитку економіки ринкового типу стала підприємницька структура корпоративного типу (т. з. корпорація-1), яка з середини ХХ ст. трансформувалася в транснаціональну організацію ієрархічно-мережевого типу – корпорацію-2 [1, с. 8–20]. До кінця 1990-х рр. у світі налічувалося приблизно 30 компаній з оборотом капіталу у 30–70 млрд дол. (з них 2–3 корпорації перевищували зазначений рівень). На частку таких фірм припадало близько 10% світового ВВП, який до початку ХХІ століття перевищував 50 трлн. дол. Середня величина товарообігу цих компаній наприкінці ХХ ст. становила 40 млрд. дол. (корпорації «першого кола»), у наступних 30 фірм з оборотами у 10–30 млрд дол., середній показник товарообігу коливався в межах 15 млрд. дол. 50 фірм мали обороти в 5–10 млрд дол. Середня

величина прибутку для компаній «першого кола» становила 3,5 млрд дол., для компаній «другого кола» – 2 млрд дол. З тридцяти компаній «першого кола» 12 дислокувалися у США, 8 – у Японії, 10 – у Європі (з них 5 німецьких, 2 англо-голландські, 1 англійська, 1 голландська, 1 швейцарська).

Нерівномірність розвитку відносин власності зумовлює нерівномірність розвитку й відтворення ринкової системи в різних країнах світу. Відомі відмінності у рівнях економічного розвитку розвинених країн і країн з ринками, що розвиваються. Але відмінності у продуктивності праці, темпах та душевих показниках добробуту характерні і для заможних країн. Так, на думку фахівців, у сучасній Британії можна спостерігати феномен певного відставання за конкурентними позиціями. Таке відставання є довгостроковим, адже спостерігається з останньої третини XIX ст., коли британський бізнес не зміг скористатися результатами хвилі нових відкриттів.

Вважається, що британський промисловий капітал з останньої третини XIX ст. еволюціонував повільніше за американський, німецький, а згодом і японський. Тут триваліше зберігалася домінуюча роль фабрики як суб'єкта господарювання, відчувався брак «ембріонів» фірм, які знаходяться на рівні «корпорації-2», або є близькими до цього. Наприкінці 1990-х рр. лише одна британська компанія відповідала кількісним критеріям «корпорації-2», шість компаній наближалися до рівня «другого кола». Повільніша еволюція відносин власності, на думку фахівців, зумовила втрату британською економікою позицій світового лідера понад сто років тому, так само як і її теперішнє відставання від США, Японії та Німеччини [2]. Водночас порівняння провідних британських виробників із французькими та італійськими демонструє переваги перших. Воно відбивається й у відповідно сильніших позиціях Британії у світовій економіці. Отже, відмінності у рівнях розвитку та могутності суб'єктів мікроекономічного рівня зумовлюють особливості відтворення ринкової системи у різних країнах і навпаки.

Втім, починаючи з 2000-х рр., *активними суб'єктами ринкової системи відтворення стають так звані приховані чемпіони* – публічно маловідомі вузькоспеціалізовані фірми середньої ланки з оборотами капіталу не більше 5 млрд. дол. Займаючи від 50 до 95 % обсягів світового ринку у своїй підприємницькій ніші, приховані чемпіони починають визначати експортну потужність національних економік, яка переважно визначається не абсолютними показниками, а часткою експорту на душу населення. За деякими даними, з 3 тис. таких компаній половина дислокується у Німеччині, 13% – у США,

7 % – у Китаї; у Норвегії, Фінляндії, Бразилії налічується до півтора десятка таких фірм. При цьому в Німеччині, Австрії, Швейцарії на 1 мільйон зайнятого населення припадає 14–16 компаній-прихованих чемпіонів; у США – 1,2; у Китаї – 0,1.

Успіх на глобальних ринках для прихованих чемпіонів забезпечує розвиток індустрії, передусім машинобудування. Отже, попри усталену думку, найважливішим джерелом ефективного відтворювального процесу і конкурентоспроможності країни служать, поряд з торгівлею і фінансами, розвинена промисловість та відповідні їй інституційні компетенції, у тому числі, ефективна система державного управління та управління корпоративними правами, що формує необхідні передумови для неоіндустріалізації.

Феномен компаній-прихованих чемпіонів привернув увагу науковців на рубежі століть. Основними факторами успішності прихованих чемпіонів вважаються [3]:

Інноваційний характер діяльності. Так, на інноваційні розробки у середньому звичайні компанії витрачають близько 3 % свого виторгу, великі фірми – 3,6 %, приховані чемпіони – 6 %. У глобальних корпораціях на 1 зайнятого припадає 6 зареєстрованих патентів, у прихованих чемпіонів – 31. При цьому останні витрачають кошти на інноваційний розвиток більш економно, бо один патент для глобальних гравців коштує 2,5 млн дол., тоді як для чемпіонів середньої ланки – 0,5 млн дол.

Висока якість продукції та сервісних послуг у поєднанні з доступністю ціни (ціна продукту компаній-прихованих чемпіонів лише на 10–15 % перевищує ціни їх найближчих конкурентів). *Якщо компанія не може забезпечити якісне обслуговування клієнта за місцем його дислокації або проживання, вона ніколи не зможе отримати статус прихованого чемпіона.* У великих компаній із клієнтами працює, як правило, 8 % службовців, у прихованих чемпіонів – 38 %.

Залучення та належна оплата послуг кваліфікованої праці. Відносно високі витрати підприємств пов'язані не з затратами на сировину, аутсорсинг, оренду, оплату відсотків за кредитами та ін., але насамперед із залученням високопрофесійних фахівців. При цьому, надаючи гідну зарплатню своїм співробітникам, приховані чемпіони невпинно стимулюють їх до підвищення продуктивності.

Сталість управлінських кадрів, які добре розуміють технологію та специфіку виробничих процесів, стратегічні цілі та практичні можливості фірми. Так, середній термін служби топ-менеджера у великій компанії становить 6 років, тоді як у середніх фірмах-

лідерах – 21 рік. Керівник тут, швидше, виконує функції інженера (технократа, за Дж. Гелбрейтом), ніж менеджера-організатора.

Низька залежність від залучення позикового капіталу. Адже основним джерелом інвестування для компаній-прихованих чемпіонів є власні ресурси і самофінансування.

Приховані чемпіони не потребують спеціальної макроекономічної політики; кластерної організації та налагодження супутніх галузей виробництва. Місцем дислокації вони обирають не мегаполіси, а невеликі міста та селища. Отже, якщо пощастить, моно-місце або «непомітна околиця», можуть стати кращим стартовим майданчиком для захоплення 90% світового ринку продукту.

Втім, в умовах нової реальності не лише компанії-приховані чемпіони, але й суб'єкти малого і середнього бізнесу здатні забезпечує високі конкурентні та експортні можливості для країни. Цікавий досвід у цьому контексті демонструє Італія. Відомо, що італійська економіка суттєво залежить від імпорту сировини та енергетичних ресурсів; не може повною мірою розраховувати на вигоди від використання родючої землі та зручного транспортного розташування. Природні особливості існування країни доповнюються специфікою національної промислової структури, обумовленої переважанням малих та дрібних фірм.

Здавалося б, Італія аж ніяк не повинна входити до першої десятки найрозвиненіших країн світу, але входить, обіймаючи в ній у різні роки від 5 до 9 позиції. Поясненням такого парадоксу, позначеного як «парадокс джмелю» (який за законами фізики не повинний літати, але літає), перейнявся відомий італійський економіст Джакомо Бекаттіні [4]. Ключ до розуміння феномену дав аналіз глобальних ринкових трансформацій. Так, на думку автора, стимульоване великими компаніями у післявоєнний період економічне зростання зумовило до кінця XX ст. насичення базових потреб для переважної кількості населення у розвинутих країнах. Споживачі стали більш вимогливими, а їх запити – менш стандартизованими і більш індивідуалізованими.

Італія, яка успадкувала від своєї багатовікової історії традиції ремісничої майстерності, любові до стилістичної досконалості, здатності задовольняти вишукані смаки, органічно вписалася в нову картину споживчих уподобань. Споконвічна майстерність у виготовленні одягу та взуття, меблів, предметів домашнього вжитку, тканин і кераміки, шкіряних виробів, ювелірних прикрас, модних аксесуарів та багато іншого виявилася широко затребуваною на найбільш вибагливих і платоспроможних ринках. Це забезпечило

значну експортну експансію Італії здебільшого за рахунок малих підприємств.

Для пояснення феномену інноваційної експортної експансії малих підприємств в умовах глобальних викликів *Бекаттіні апелює до теоретичної спадщини А. Маршалла, зокрема, до маршаллівського поняття промислового округу (промокругу) як специфічної екосистеми функціонування фірми*. Стаття Дж. Бекаттіні «Від «промислового сектора» до «промислового округу»: деякі міркування щодо одиниці виміру в аналізі промислової економіки» (1979) започаткувала становлення дистриктуалізму (*англ. District – округ*) як плідного напрямку економічного аналізу інноваційних факторів відтворювального циклу [5].

Переваги великого підприємства над малим традиційне пояснюються економією від масштабів виробництва. Втім, у промисловому окрузі – своєрідній просторовій конгломерації малих та середніх підприємств – технологічний процес розчленований на безліч фаз, кожна з яких виконується окремими підприємствами. Внаслідок цього економія від масштабу, внутрішня для великого підприємства, у промокругу є зовнішньою для окремих фірм, але внутрішньою для округу. Отже, на ринках, пов'язаних з окремими технологічними фазами, жорстка конкуренція економічних суб'єктів поєднується з глибоким зацікавленням у процвітанні округу загалом. Симбіоз конкуренції та кооперації у формі консорціумів, кредитних кооперативів, асоційованих служб надає округам дивовижної життєздатності, тому навіть у часи кризи вони почуваються краще за великі корпорації [4, р. 133].

Крім економії від масштабу найважливішим формотворчим чинником для промислового округу є індустріальна атмосфера. Це насамперед зв'язки підприємств з рідною землею, її культурним ландшафтом, родинними традиціями, ремісничим досвідом, місцевим патріотизмом. Конкурентне-коопераційні відносини в окрузі не дають підприємствам зупинитися на досягнутому, стимулюють до неперервного технологічного вдосконалення й розвитку виробництва. При цьому люди, так чи інакше причетні до виробництва товарів «для комфортного життя», самі мають прискіпливі споживчі смаки. У цьому сенсі *населення округу можна уподібнити до «безкоштовної лабораторії тестування якості продукції»* [4, р. 239]. Притаманні промисловому округу взаємозалежності поєднують цінності, знання та уподобання, створюючи неповторну індустріальну атмосферу, яка за допомогою формальних і неформальних інститутів охоплює усі

підприємства і технологічні процеси. Тож, промисловий округ виробляє не товар, а підприємницькі здібності [6].

У свою чергу, щоб користуватися перевагами участі в окрузі, підприємства повинні відповідати певним умовам, головними серед яких є вкоріненість у місцевому соціальному контексті, здатність «виділяти речовину соціального склеювання». У цьому зв'язку показовим неуспіхом завершилися спроби деяких транснаціональних корпорацій впровадитися в італійські промокруги з метою використати їхній секрет безперервної інновації. Адже куплені фірми, втративши живі формальні і неформальні зв'язки зі своїм оточенням, виявилися порожньою оболонкою для нових власників.

Специфіка соціокультурних зв'язків як інноваційної складової функціонування італійських округів суттєво обмежує можливості запозичення й тиражування їх досвіду. Втім привабливість цієї моделі щадної («нетравматичної») для суспільства неоіндустріалізації залишається досить високою. Економіка промокругів, звичайно, не охоплює всю Італію, зазначає Бекаттіні, але принаймні протягом двох останніх десятиліть вона є її найбільш динамічною частиною [7]. Дійсно, у 200 промислових округах Італії проживає менше чверті населення та працює близько однієї десятої зайнятих (але більше половини усіх зайнятих у промисловому секторі), які забезпечують майже 50% національного експорту, а в окремих сферах їхній внесок є ще більш відчутним.

Загалом досвід функціонування підприємств різної форми власності свідчить про важливість умілого управління нелінійними економічними процесами на мікрорівні економіки для забезпечення усталеного суспільного розвитку за доби наростаючої невизначеності. На нашу думку, такий досвід може бути корисним для повоєнного відновлення України і сформує соціально-економічні передумови для її подальшої успішної європейської інтеграції.

Список використаних джерел

1. Войтко С. В. Транснаціональні корпорації: навч. посіб. / С. В. Войтко, О. А. Гавриш, О. О. Корогодова, Т. Е. Моїсеєнко. К.: КПІ імені Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2016. 208 с.
2. 2023. Fortune Global 500. Електронний ресурс. URL: <https://fortune.com/ranking/global500/2023/search/>
3. Simon Hermann Hidden Champions – Aufbruch nach Globalia: Die Erfolgsstrategien unbekannter Weltmarktführer. Publisher: Campus Verlag GmbH (August 16, 2012). 447 p.

4. Becattini G. Calabrone Italia. Ricerche e ragionamenti sulla specificità Economica Italiana. Editore Il Mulino. 2007. 272 p.

5. Trullén J. Articles Giacomo Becattini and the Marshall's method. *Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research*. 2015. № 32. P. 43–60. Електронний ресурс. URL: <https://www.redalyc.org/pdf/289/28942330004.pdf>

6. Becattini G. Le district industriel: milieu créatif. *Espaces et Sociétés*. 1992. № 66–67. P. 147–163.

7. Becattini Giacomo The Marshallian industrial district as a socio-economic notion. *Revue D'economie Industrielle*. 157/1ER Trimestre 2017. Pp. 13–32. Електронний ресурс. URL: <https://journals.openedition.org/rei/6507> DOI: <https://doi.org/10.4000/rei.6507>

ТРАНСФОРМАЦІЯ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ У ГЛОБАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ

БАЄВА Ольга,

доцент Національного фармацевтичного
університету, Україна
orcid.org/0000-0002-7770-2364

У постіндустріальну епоху особливого значення з усіх видів економічних ресурсів набувають людські ресурси. Людський капітал визнаний найціннішим капіталом з усіх видів капіталу. Він розглядається як фактор виробництва і процес його накопичення є важливим для соціально-економічного розвитку країни.

Створення теорії людського капіталу мало значний вплив на розвиток економічної науки. Цьому сприяли такі фактори як: дослідження проблем людини та активізація творчого потенціалу людини. Теорія людського капіталу допомагає дослідити людський розвиток, роль освіти та охорони здоров'я населення в суспільному відтворенні, мотивацію, економічне зростання тощо [1].

Основи теорії людського капіталу було закладено ще на початку 50-60 роках XX ст. такими відомими науковцями як Дж. Мінцер [2], Г. Беккер [3], Т. Шульц [4], Е. Денісон [5]. Усі автори виділяють свої ключові моменти в теорії людського капіталу. Людський капітал вони переважно трактували як наявний запас знань, навичок та мотивації. Він, на їх думку, є джерелом майбутніх заробітків, а здатності людини